UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Universidad de El Salvador
Hacia la libertad por la cultura

"DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA EL CENTRO RECREATIVO LAS AMÉRICAS DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO CON ENFOQUE ECO TURÍSTICO".

TRABAJO DE INVESTIGACION PRESENTADO POR:

CERÓN GARCÍA, JUAN MANUEL
ESCOBAR SANTOS, DIANA CAROLINA
SALMERÓN RODRÍGUEZ, JACQUELINE JAZMÍN

PARA OPTAR AL GRADO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DICIEMBRE, 2010

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector:	Máster Rufino Antonio Quezada
Secretario General:	Lic. Douglas Vladimir Sánchez
Facultad de Ciencias Económicas	
Decano:	Máster Roger Armando Arias Alvarado
Secretario de la facultad:	Ing. José Ciriaco Gutiérrez Contreras
Docente Director:	Licda. Marseilles Aquino Arias
Coordinador de Seminario:	Lic. Rafael Arístides Campos
Docente Observador:	Ing. José Ciriaco Gutiérrez Contreras

San Salvador EL Salvador Centro América

AGRADECIMIENTOS

Quiero dedicar este nuevo triunfo en mi vida: Primeramente a Dios Todopoderoso a quien debo lo que soy y lo que tengo, por ser un excelente Padre, así como mi Fiel consejero y mi mejor amigo por estar conmigo en los buenos momentos y más aun en los malos dándome su amor, consuelo y fortaleza, a mi familia que de muchas maneras me apoyaron, en especial a mis dos corazones: mi madre y mi abuelita, a mi novia Jazmín Salmerón, por su amor y apoyo, a mis amig@s que siempre me apoyaron así como la asesoría brindada por Evelyn Alfaro y su ayuda incondicional, a mis jefes en el Ministerio de Hacienda, a mis compañeras de tesis en especial a Diana Escobar y su familia, al poner a nuestra disposición su hogar para realizar el trabajo de tesis, a la Licda. Marseilles Aquino e Ing. Gutiérrez: por toda su instrucción, a la Universidad de El Salvador por brindarme la formación profesional. Finalmente, a todos los que de una u otra manera me ayudaron durante toda la carrera aportando al logro de este éxito en mi vida. ***Juan Manuel Cerón García.***

Doy gracias a Dios Todopoderoso por darme fortaleza, sabiduría, y permitirme culminar una meta en vida, a mi padre, Jaime, a mi madre Petrona, gracias por su apoyo y consejo, a pesar de la distancia, mil gracias mami; a mis hermanos, Ana Patricia y Jaime Antonio, por el cariño que siempre he recibido de ellos. A mis compañeros y amigos, Juan Cerón y Jazmín Salmerón, con quienes he superado momentos difíciles para la culminación de nuestra carrera. A mi mejor de mis mejores amigas Marbeli Flores por brindarme su amistad. A La Universidad de El Salvador por la formación profesional recibida, a la Licda. Aquino, al Ing. Gutiérrez y al Lic. Campos, por darnos todo el apoyo para lograr terminar el documento. Y a todas las personas que colaboraron para que se hiciera realidad la finalización de este trabajo de investigación. ***Diana Carolina Escobar Santos***

Agradezco en primer lugar a Dios Padre por la vida, siendo nuestra luz y guía en el camino. Así mismo agradezco a mi familia por su apoyo y esfuerzo, a mis amigos y compañeros de tesis, a mi amiga Diana Escobar y su familia por su paciencia y dedicación; a mi novio Juan Cerón por su esmero y entrega. Además, a mi jefa Ada González, Teodoro González y Víctor Ortez por brindarme su apoyo y confianza en todo momento y facilitarme información para la investigación. A la Licda. Marseilles Aquino, al Ing. Gutiérrez y el Lic. Campos por su apoyo y disponibilidad en la realización del trabajo de investigación. Agradezco en general a todas las personas que directa o indirectamente me han apoyado en este logro, gracias por todo. ***Jacqueline Jazmín Salmerón R.***

INDICE

RESUMEN I

INTRODUCCIÓN III

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO Y DEL CANTÓN LA BERMUDA EN EL DEPARTAMENTO DE CUSCATLÁN, ASOCIACIONES COOPERATIVAS EN EL SALVADOR, TURISMO Y ECO TURISMO, MARCO LEGAL DEL TURISMO, TURISMO EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO, TURISMO EN EL CANTON LA BERMUDA, GENERALIDADES DEL CENTRO RECREATIVO LAS AMÉRICAS, PLANEACIÓN ESTRATÉGICA. 1

A. MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO. 1

1. Municipio de Suchitoto. 1

a. Características geográficas y poblacionales del municipio de Suchitoto. 1

2. Cantón La Bermuda. 5

B. ASOCIACIONES COOPERATIVAS EN EL SALVADOR. 7

C. TURISMO. 9

1. Concepto. 9

2. Tipos de Turismo 10

3. Historia del turismo en El Salvador. 10

D. ECO TURISMO. 13

1. Concepto. 13

2. Evolución del eco turismo en El Salvador. 14

E. MARCO LEGAL DEL TURISMO. 16

1. Ley del Medio Ambiente 16

2. Ley de Turismo 17

3. Instituciones que regulan el Turismo 18

a) Corporación Salvadoreña de Turismo....18
b) Ministerio de Turismo de El Salvador....19
F. EL TURISMO EN EL MUNICIPIO SUCHITOTO....20
G. TURISMO EN EL CANTÓN LA BERMUDA....22
H. CENTRO RECREATIVO LAS AMÉRICAS....24
1. Antecedentes....24
2. Estructura orgánica actual....25
3. Descripción de estructura orgánica actual....25
I. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA....26
1. Concepto....26
2. Proceso de la Planificación Estratégica....26
a) Misión, Visión y Objetivos....27
b) Ambiente Interno....28
c) Ambiente Externo....28
a) Formulación de estrategia....29
b) Implementación de Estrategias....30
c) Evaluación de Los Resultados....30
3. La Planificación Estratégica del Turismo....30
a) Objetivos de Planificación Estratégica Turística....30
b) Proceso de la Planificación Estratégica del Turismo....30
c) Posicionamiento del Mercado Turístico....32
CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL CENTRO RECREATIVO LAS AMÉRICAS....34
A. INVESTIGACIÓN DE CAMPO....34
3. Objetivos....34
a) General....34
b) Específicos....34

B. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN. 35
1. Método de Investigación. 35
a) Análisis....35
b) Síntesis 35
2. Tipo de Investigación. 35
3. Fuentes de Recolección de Información. 36
a) Fuentes Primarias....36
b) Fuentes secundarias....36
4. Técnicas e instrumentos para recopilar la información. 37
a) Encuesta. 37
b) La entrevista. 37
c) Observación directa 38
d) Prueba piloto....38
C. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO. 38
D. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA. 39
E. TABULACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS. 40
F. DESCRIPCIÓN DEL DIAGNÓSTICO. 67
1. Diagnóstico por áreas de servicio. 67
a) Instalaciones y vías de acceso. 67
b) Recursos Humanos. 67
c) Publicidad. 68
d) Apoyo Local. 68
2. Oportunidades para expandir la oferta turística a través de lugares eco turísticos más representativos y cercanos del cantón La Bermuda, comunidad Las Américas. 69

3. Situación actual sobre el papel que ejercen las instituciones gubernamentales y no gubernamentales en el desarrollo del eco turismo en el Centro Recreativo. 71
G. CONCLUSIONES 74
H. RECOMENDACIONES 75

CAPÍTULO III: PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LA DEMANDA DE TURISTAS DEL CENTRO RECREATIVO LAS AMÉRICAS DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO. 76

A. JUSTIFICACIÓN. 76
B. OBJETIVO. 77
C. DESARROLLO DE PLAN ESTRATÉGICO. 77
1. Misión. 77
2. Visión. 77
3. Valores 78
4. Objetivos estratégicos. 79
5. Ejes estratégicos por áreas de servicios. 79
a) Instalaciones y vías de acceso. 79
b) Recursos Humanos. 79
c) Publicidad. 79
d) Apoyo institucional. 80
6. Proceso de elaboración de estrategias a través de la matriz FODA. 80
a) Análisis FODA. 80
b) Cruce de variables y estrategias. 82
7. Clasificación de estrategias por áreas de servicio. 83
a) Instalaciones y vías de acceso. 83
b) Recursos Humanos. 84
c) Publicidad. 85

d) Apoyo institucional. 86
8. Procedimiento para la implementación de la estrategia.....87
9. Costo de implementación de plan estratégico. 100
10. Seguimiento y control. (Ejemplo de desarrollo). 101
11. Estudio Económico de La Propuesta de Plan Estratégico para El Centro Recreativo Las Américas. 102
a) Capacidad instalada del Centro Recreativo Las Américas. 102
b) Demanda potencial de turistas. 103
c) Cálculo de la demanda potencial para el año 2011. 103
d) Demanda potencial de venta de tilapia. 105
e) Cálculo de la demanda potencial de venta de tilapia para el año 2011. ..106
f) Proyección financiera 2011-2015 108

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

ANEXO 1. GLOSARIO DE ABREVIATURAS.

ANEXO 2. CLASIFICACIÓN DE ÁREAS NATURALES EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO.

ANEXO 3. PROYECCIONES DEMOGRÁFICAS DE LA POBLACIÓN ACTUAL EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO.

ANEXO 4. NÚMERO DE FAMILIAS POR COMUNIDAD DEL CANTÓN LA BERMUDA.

ANEXO 5. UBICACIÓN GEOGRAFICA DE LA COMUNIDAD LAS AMERICAS, CANTÓN LA BERMUDA EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO.

ANEXO 6. MAPA TURÍSTICO DE SUCHITOTO.

ANEXOS 7 ENCUESTA DIRIGIDA A VISITANTES DEL CENTRO RECREATIVO LAS AMERICAS.

ANEXO 8 ENTREVISTA DIRIGIDA A EMPLEADOS DEL CENTRO RECREATIVO LAS AMERICAS.

ANEXO 9. PROPUESTA DE LOGO.

ANEXO 10. PROPUESTA DE MENU.

ANEXO 11. PROPUESTA DE VOLANTE Y BANNER.

ANEXO 12. PROPUESTA DE VALLA.

RESUMEN

Orígenes

Suchitoto es uno de los municipios más representativos de la industria turística en El Salvador, dentro de éste se encuentran el cantón La Bermuda y la comunidad Las Américas, lugar donde se sitúa el objeto de estudio el Centro Recreativo Las Américas; administrado por la Asociación Cooperativa Las Américas de R.L., la que se constituyó en 1999. En el período de 1998-1999 la Asociación con el apoyo de la Cooperación Española dio inicio al proyecto de producción y comercialización de camarones construyendo siete estanques, dándose por finalizado en 2001 a raíz de los terremotos de ese mismo año. En el 2002 con el acompañamiento técnico de Proyectos Comunales de El Salvador (PROCOMES), la cooperativa dio inicio al proyecto de crianza y comercialización de tilapias, manteniéndose dicha actividad hasta la fecha.

En el año 2004 la cooperativa con el apoyo de PROCOMES y Fundación para el Desarrollo (FUNDESA), da origen a la construcción del Centro Recreativo Las Américas, con el propósito de mejorar las condiciones de vida de los habitantes del lugar.

En la actualidad el Centro Recreativo no cuenta con las condiciones adecuadas para el buen funcionamiento del mismo ya que la administración de dicho Turicentro no posee un Plan Estratégico que le sirva como guía para desarrollarse e impulsar el turismo en la región con enfoque amigable con el medio ambiente y al mismo tiempo que le permita posicionarse como una nueva opción de turismo en el municipio de Suchitoto.

Objetivos

General

- Elaborar el plan estratégico que permita la sostenibilidad del Centro Recreativo Las Américas.

Específicos

- Evaluar las estrategias que actualmente se utilizan en la Administración del Centro Recreativo.

- Elaborar estrategias que permitan el desarrollo o sostenibilidad del Centro Recreativo.

Metodología

Los métodos utilizados fueron el analítico y el sintético, utilizando la investigación de tipo descriptiva. En cuanto a las fuentes de información aplicadas están las primarias y secundarias; y las técnicas e instrumentos que se consideraron para recopilar la información fueron: la prueba piloto, encuesta, entrevista y la observación directa.

Conclusiones Relevantes

- El Centro Recreativo no cuenta con un plan de desarrollo eco turístico.
- Existe poco apoyo municipal, estatal y entidades gubernamentales relacionadas con el eco turismo.

Recomendaciones Relevantes

- Proponer un plan estratégico que promueva el desarrollo eco turístico del Centro Recreativo.
- Gestionar proyectos con la municipalidad, Gobierno Central y entidades no gubernamentales para la ejecución de proyectos que mejoren las condiciones de los servicios básicos, propiciando mayores espacios de difusión de los servicios que ofrece el Centro Recreativo.

INTRODUCCIÓN

Un sector que presenta niveles de aumento en El Salvador, es el turismo, que poco a poco va abriendo camino al desarrollo y crecimiento económico, más en aquellos lugares donde las oportunidades de mejorar las condiciones de vida son escasas. Sin embargo, a pesar de todas las limitantes económicas que se tengan, si se cuenta con las herramientas necesarias para impulsar propuestas que permitan a las comunidades como Las Américas, en el cantón La Bermuda del municipio de Suchitoto, busquen explotar su riqueza medio ambiental (flora, fauna y recursos hídricos) y el patrimonio cultural que poseen, promoviendo el desarrollo sostenible tanto de la población como de los recursos naturales. El cual se pretende Transmitir a las nuevas generaciones, como la historia de nuestros antepasados, datos de la cultura nacional, con el fin de preservarlos y obtener al mismo tiempo beneficios palpables en los habitantes de la comunidad Las Américas a través del desarrollo de las estrategias necesarias para la implementación del enfoque eco turístico en el Centro Recreativo Las Américas.

Es por ello, que para sustentar el trabajo de investigación, se presenta en el Capítulo Uno el marco teórico de referencia del municipio de Suchitoto y del cantón La Bermuda en el departamento de Cuscatlán, generalidades de turismo y eco turismo, Información sobre el Centro Recreativo las Américas y conceptos sobre asociaciones cooperativas en El Salvador, estrategia y planeación estratégica.

El Capítulo Dos contiene un diagnóstico general del Centro Recreativo, así como los objetivos que se pretenden alcanzar. Para todo lo anterior fue necesario determinar el universo y la muestra, por lo que se utilizó la herramienta del cuestionario dirigido a los visitantes del Centro Recreativo, así como una entrevista al encargado del mismo. Con los datos obtenidos se realizó la respectiva tabulación y análisis, además se utilizó la herramienta del FODA, para evaluar aspectos internos como externos del Turicentro dando lugar a un diagnostico por áreas de servicio, además de esto se da a conocer las oportunidades de oferta turística de la zona, así como situación actual con respecto al

apoyo local para dicho turicentro, posterior a esto se da a conocer las respectivas conclusiones y recomendaciones.

Para finalizar, el Capítulo Tres contiene la última etapa de la investigación hecha en el Centro Recreativo Las Américas en el periodo comprendido de marzo a septiembre de 2010, dando a conocer los resultados obtenidos del análisis FODA, herramienta utilizada para la determinación de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, y Amenazas, que posee el Centro Recreativo en la actualidad, con dicha información se da lugar al cruce de variables para así determinar las oportunidades que dicho Centro Recreativo tiene y no las aprovecha de forma eficiente, para luego darle forma al desarrollo de un Plan Estratégico, el cual contiene propuestas hechas al turicentro tales como la Misión, Visión, Objetivos Estratégicos en sus ejes por áreas de servicio, y el camino a seguir durante los próximos cinco años, así como el procedimiento para la implementación y el respectivo costo de la puesta en marcha de las mismas. Por último, se da a conocer un ejemplo de seguimiento y control de dichas estrategias.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO Y DEL CANTÓN LA BERMUDA EN EL DEPARTAMENTO DE CUSCATLÁN, ASOCIACIONES COOPERATIVAS EN EL SALVADOR, TURISMO Y ECO TURISMO, MARCO LEGAL DEL TURISMO, TURISMO EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO, TURISMO EN EL CANTON LA BERMUDA, GENERALIDADES DEL CENTRO RECREATIVO LAS AMÉRICAS, PLANEACIÓN ESTRATÉGICA.

A. MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO.

1. Municipio de Suchitoto.

a. Características geográficas y poblacionales del municipio de Suchitoto.

- Datos Generales del Municipio de Suchitoto

Suchitoto está ubicado al Norte Oriente de San Salvador. Conformado por 26 cantones y 70 comunidades. Es un municipio con mucha identidad ya que tiene su propio himno, escudo y bandera.[1]

Su población actual se estima en 24,786 personas de las cuales 17,132 habitan en la zona rural del Municipio (69.12%) y 7,654 en la zona urbana, (30.88%).

La densidad poblacional referida al conjunto del municipio es de 110 habitantes/Km^2. La densidad de población en el medio rural desciende, lógicamente, a poco más de 77 habitantes por Km^2, ocupando el puesto número 56 de población total del país. [2]

[1] htpp://www.suchitoto-el salvador.com/municipio.htm.

[2] Guadalupe del Carmen Valle Reyes, Profa. Telma Edith Girón casco."Estructura de la comunidad vegetal y valor de uso etnobotánico de las especies vegetales en el cantón La Bermuda, municipio de Suchitoto, departamento de Cuscatlán, El Salvador". Trabajo de Investigación para optar al grado de: Licenciado(a) en BIOLOGIA. Facultad de Ciencias Naturales y Matemática, Escuela de Biología, Universidad de El Salvador. Diciembre de 2007.

El conjunto de la población femenina en el total del municipio es mayor que la masculina y la población entre niños y jóvenes (población con edad inferior a los 20 años) representa el 67% del total de la población registrada.

Después de los Acuerdos de Paz, la Municipalidad ha implementado acciones en el marco de la reconstrucción; pues a causa de la guerra civil se vio muy afectado y las principales acciones han sido realizadas en infraestructura social básica. En cuanto a la cobertura de servicios básicos se tiene:

- Cobertura educativa básica 95%.
- Cobertura luz eléctrica 95%.
- Cobertura agua potable 90%.

Cuenta con un plan de ordenamiento territorial, un plan de turismo, conservación y restauración de la ciudad, además de un plan de manejo integral de los desechos sólidos y líquidos. La Municipalidad ha fundamentado una visión clara de la participación activa de la población. Las principales actividades económicas del municipio son: cultivo de granos básicos, caña de azúcar fruta, turismo y pesca artesanal. Para ser más exacto el municipio se encuentra situado en la región central del país, en el departamento de Cuscatlán, estando ubicada su cabecera municipal a 48 kilómetros de la ciudad de San Salvador y a una altura de 388 metros sobre el nivel del mar. [3]

Administrativamente el municipio de Suchitoto limita con San Salvador por el Oeste (Municipios de El Paisnal, Aguilares y Guazapa); con el departamento de Chalatenango por el Norte y parte del Este (El Paraíso, Santa Rita, San Rafael, Chalatenango, San Francisco Lempa y San Luís del Carmen); el límite Este se completa con el Municipio de Cinquera, del departamento de Cabañas y, finalmente al Sur, dentro del departamento de Cuscatlán, Suchitoto limita con los Municipios de Tenancingo, San Pedro Perulapán, Oratorio Concepción y San José Guayabal. El casco urbano de Suchitoto se encuentra

[3] htpp://es.wikipedia.org/wiki/suchitoto.

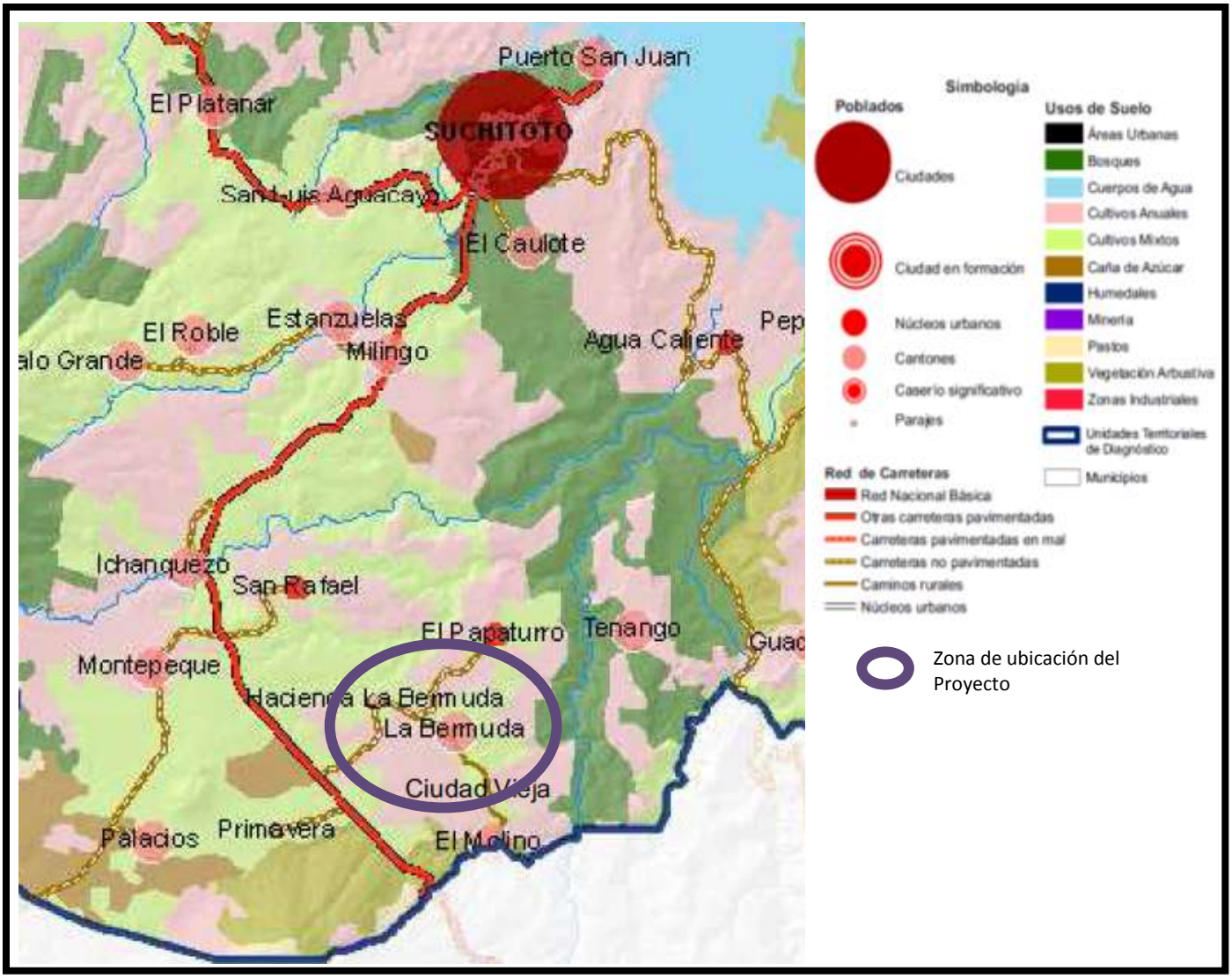
dividido en seis barrios: Centro, San José; Santa Lucía, El Calvario, La Cruz y Concepción, así como también por cuatro colonias (Nuevo Suchitoto, Brisas de San José, Nuevo San Juan y El Pedregal).

La temperatura media en las zonas altas es superior ligeramente a los 22° Centígrados, mientras que en las zonas bajas donde se sitúa el casco urbano de Suchitoto y la mayor parte de los caseríos, la temperatura media anual se encuentra entre los 25° y 26° grados centígrados.[4]

Cultura: Además de ser un pueblo colonial Suchitoto cuenta con una gran belleza arquitectónica, este mágico lugar encierra una gran riqueza cultural, ya que desde el mes de febrero de 1991, artistas de más de 30 países han participado en el Festival Permanente de Arte y Cultura de Suchitoto. También, a lo largo del año, se realizan por lo menos un evento del festival por mes en el Teatro de las Ruinas.[5]

Hidrografía: En Cuanto a la hidrografía y cuencas, se destaca el lago Suchitlán o Embalse del Cerrón Grande (135 Km^2) los principales ríos que surcan el Municipio son: El Lempa, El Acelhuate, San Nicolás, Palancapa, Las Señoras y Sinacapa. Además, los ríos: El Molino, Tancuajul, Sucio, Asequillo y Quezalapa. En cuanto a las cuencas, todo el municipio se encuentra en la cuenca media del río Lempa, influenciado en las subcuencas siguientes: río Acelhuate, Sucio y Concepción.[6] Las vías de acceso identificadas al municipio de Suchitoto: Suchitoto está ubicado 48 Km. de San Salvador, 28 Km. de San Martin y 19 Km. de Aguilares.[7]

[4] Ibíd. Pág. 5
[5] htpp://www.suchitoto-el salvador.com/municipio.htm.
[6] Ídem.
[7] Ídem.



Zona de ubicación del Proyecto. Fuente: Plan de Desarrollo Territorial para la Región de Chalatenango. Síntesis Municipal de Suchitoto.

Una de las vías de acceso es por el Boulevard del Ejército Nacional (carretera Panamericana). Pasando San Martín existe un puente vial a través del cual se accederá a San Martín y por ende a la carretera que une San Martín y Suchitoto.

También por la troncal del Norte llegando Aguilares se cruza a la derecha por el desvío a Suchitoto, carretera asfaltada y en buen estado. Además, está conectado con Ilobasco carretera de tierra en buen estado y a través del lago Suchitlán con Chalatenango por ferri llegando a San Luis del Carmen y San Francisco Lempa.[8]

[8] htpp://www.suchitoto-el salvador.com/municipio.htm.

- **Transporte colectivo hacia el municipio de Suchitoto:**
  - En Bus Ruta 129 - de San Salvador (Terminal Oriente) / San Martín a Suchitoto
  - Cada 15 minutos Ruta 163 - de Aguilares a Suchitoto
  - Cada 40 minutos Ruta 482 - de Ilobasco / Tejute / Cinquera a Suchitoto, dos salidas al día.

2. Cantón La Bermuda.

El cantón La Bermuda es precedido por hechos de suma relevancia histórica en el desarrollo no sólo de la vida de la zona si no a nivel nacional, puesto que fue allí donde se fundó La Villa de San Salvador en los inicios de la colonia. [9]

- **Comunidades que conforman el cantón La Bermuda.**

En la actualidad, las comunidades que forman el cantón La Bermuda son asentamientos humanos establecidos como resultado de las luchas por tierras desde 1987, mucho antes de los acuerdos de Paz. Siendo su correlación la siguiente: **Comunidad Primavera y San Rafael**, se establece como comunidades en el año de 1977; en 1989 la comunidad **Marianela García Villa**; en 1990 **El Papaturro**, entre 1991 y 1992 se establecen **Las América y El Milagro** proveniente del municipio de Santa Cruz Michapa en el año 2000; y con el programa de Transferencia de tierras derivado de los Acuerdos de Paz en 1992, todas las comunidades antes mencionadas, participaron de dicho proceso.[10]

[9] Ibíd. Pág.20
[10] Ibíd. Pág.25

- **Número de familias.**

A continuación se presenta el número de familias por comunidad que pertenecen al Cantón La Bermuda:

COMUNIDADES	NÚMERO DE FAMILIAS	PORCENTAJE (%)
PRIMAVERA	60	13.30%
MARIANELA	66	14.63%
AMÉRICAS	130	28.82%
PAPATURRO	145	32.15%
SAN RAFAEL	27	5.99%
MILAGRO	23	5.10%
TOTAL	451	100.00%

Número de Familias por Comunidad.
Fuente: Ficha de diagnóstico comunitario y/o fichas casa por casa (2004)[11]

Clima: La zona de La Bermuda se clasifica como Bosque Húmedo Subtropical, y pertenece al tipo de tierra caliente, con velocidad promedio en los vientos de 6.70 km/hora; humedad Relativa de 74%; a una altitud promedio de 350 m.s.n.m y temperaturas promedio de 19º mínimo y 33º máximo.

Factores bióticos del lugar:

a. **Flora.**

Constituida por un Bosque Húmedo Subtropical. Entre las especies más notables se tienen: morro, jícaro, nance, conacaste, roble de tierra caliente, papaturro, madre cacao, chaparro, caoba, cedro, etc.[12]

[11] Ídem.
[12] Valle Reyes, Guadalupe del Carmen y otros. "Estructura de la comunidad vegetal y valor de uso etnobotánico de las especies vegetales en el cantón La Bermuda, municipio de Suchitoto, departamento de Cuscatlán, El Salvador". Trabajo de Graduación para optar al grado de Licenciado (a) en Biología. Escuela de biología, Facultad de Ciencias Naturales y Matemática, Universidad de el salvador. Diciembre 2007.

b. **Fauna.**

Formada por aves, mamíferos, reptiles, insectos y animales acuáticos tales como: palometa, róbalo, sábalo, bagre, tilapia, chimbolo, cuatro ojos, cangrejo, camarón, tortugas, pishishe, garza, anguilas, .[13]

Entre los vertebrados terrestres destacan: Tacuazín, cusuco, garrobo, ardilla, mazacuata, pezote, tepezcuintle, taltuza, iguana. Entre las aves destacan: pijullo, codorniz chacha, chiltota, senzontle, tortolita, gualcachía, chillo, pico de navaja, perdis, talapo, tecolote, pájaro león, mistiricuco, lechuza, aurora, perico de montaña.[14]

B. ASOCIACIONES COOPERATIVAS EN EL SALVADOR.

Por la naturaleza del objeto de estudio, se hace un breve repaso sobre las luchas que tuvo el sector cooperativo para ser legalizado en El Salvador hasta en la actualidad.

En El Salvador se comenzó a mencionar el cooperativismo en la facultad de Jurisprudencia y de Ciencias Sociales de la Universidad de el Salvador, en 1896, se implementó la cátedra de Cooperativismo, con el fin que los graduados de aquella época conociera ese gran movimiento que venía proyectándose del viejo continente hacia todos los países, por lo que, el legislador tomo la decisión de incorporar en el Código de Comercio de 1904, un capítulo referente a las cooperativas.

Nace la primera cooperativa en 1914, denominada “Cooperativa de Zapateros de Palo Verde”, ubicada en el departamento de San Salvador, dicha cooperativa debido al poco desarrollo industrial prevaleciente en esta época en el país y su composición artesanal no logró subsistir. Siendo dicha cooperativa uno de los primeros grandes pasos de este

[13] Ídem.
[14] Ibíd. Pág.29

sector por lograr ser tomados en cuenta por el gobierno de ese entonces, años después en 1917 se constituyó la cooperativa “Sociedad de Obreros de El Salvador Federados”, en el departamento de San Salvador, la cual tenía fines de ayuda mutua, y en 1935 se fundó la “Cooperativa de panaderos”, de Cojutepeque y Valle de Jiboa, los fondos de ésta ingresaron a base de diez colones por manzana de tierra cultivada con caña de azúcar, pero se perdieron en grandes impuestos por disposiciones del gobierno.

A raíz de esto el cooperativismo siguió en la lucha por establecerse como sector productivo apegados así a las instrucciones que el gobierno ponía a su disposición, en 1938 se fundó la “Cooperativa Algodonera de R.L.”, la cual en la actualidad aún existe, en el departamento de Usulután. Al amparo de la ley de Crédito Rural; de la misma forma el surgimiento en 1943 de la Federación de Cajas de Crédito Rural, en este mismo año el Gobierno consiguió subsidio por dos millones de colones; destinados a servir a los obreros artesanos, y cooperativas agrícolas y en 1948 se fundó “La Cooperativa Azucarera”.

El gobierno en la década de los años 50 realizó algunas actividades encaminadas al fortalecimiento a este sector como lo fue la incorporación al régimen económico de la Constitución Política, la institución del cooperativismo, en el Art. 136 otorgó el amparo y promovió el desarrollo de este tipo de organizaciones populares. Se funda el Ministerio de Trabajo y Previsión Social. En ese mismo año dentro del Ministerio se formó la sección de cooperativas, un año después en 1951, se declaró como de utilidad pública las cooperativas organizadas por el Ministerio de Trabajo, en 1953 el Ministerio de Agricultura y Ganadería dio inició el fomento del cooperativismo agrícola mediante el programa denominado “Proyectos de Área de Demostración”, también se fundó “La Cooperativa Lechera de Oriente de R.L.” a iniciativa de este mismo Ministerio con el objeto de distribuir leche y sus derivados, y en 1956, se originó la “Fundación

Promotora de Cooperativas", con el fin de trabajar con los minifundistas y arrendatarios. En ese mismo año se fundó la "Cooperativa Ganadera de Sonsonate".

Fue así que desde el surgimiento de la primera cooperativa y una serie de eventos trascendentales, el 25 de noviembre de 1969 la Asamblea Legislativa, promulgó el decreto No. 560 que dio pie a la creación del Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo (INSAFOCOOP) como una corporación de derecho público con autonomía en los aspectos económico y administrativo, ese mismo día se promulga la primera Ley General de Asociaciones Cooperativas. En la actualidad el sector cooperativo se ha convertido en una estructura organizativa muy vigorosa la cual es parte de la actividad económica, y más aun con la reactivación del turismo en el país, muchas cooperativas, han visto una nueva forma de captar ingresos convirtiéndose en destinos turísticos, siendo una de ellas La Asociación Cooperativa Las Américas, la cual es el objeto de estudio.

C. TURISMO.

1. Concepto.

Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el turismo comprende las actividades que lo hacen las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.[15]

[15] http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo

2. Tipos de Turismo[16]

Los tipos de Turismo varían de acuerdo a las actividades que se realizan o el lugar donde se llevan a cabo. Generalmente se clasifican de la siguiente manera:

- Turismo de Salud
- Turismo de Negocios
- Turismo Religioso
- Turismo Gastronómico
- Turismo Cultural
- Turismo de Sol y playa
- Turismo Rural: Actividad turística realizada en localidades rurales o fuera del casco urbano de grandes ciudades o localidades de mayor tamaño. Se subdivide en: Agroturismo, Turismo de Estancias, Turismo deportivo, Etnoturismo y Ecoturismo.

3. Historia del turismo en El Salvador.

"En la tercera década del siglo veinte, durante la administración del presidente Dr. Alfonso Quiñónez Molina, el Gobierno de El Salvador, compenetrado de la importancia que representa el fomento del turismo en nuestro país, tanto para turistas nacionales como para extranjeros, a fin de dar a conocer sus adelantos, lugares históricos, de interés cultural y de procesos, así como también con el fin de mostrar el grado de cultura y establecer nuevas relaciones que beneficien al comercio, la industria y la agricultura del país, acordaron la creación de la primera Junta de Fomento de Turismo y Propaganda Agrícola e Industria, dependiente del Ministerio de Fomento. [17]

[16] http://viajandoelmundo.com/Tipos-de-Turismo.php
[17] Moreno, Javier, Turismo en El Salvador: El Reto de la Competitividad, Agosto 1998, Pág.15.

En 1930, el Dr. Pío Romero Bosque, en vista de la necesidad de fomentar el comercio y la industria nacional, aprovechando el acceso a la ciudad capital y demás lugares turísticos de interés para viajeros procedentes del exterior recomendó a La Asamblea Legislativa crear La Junta Nacional de Turismo, en la ciudad capital.

En 1953 se creó La Ley de Fomento de La Industria Hotelera durante la presidencia del Teniente Coronel Oscar Osorio. Para entonces el turismo receptivo había aumentado en el país y se sentía la necesidad de mejorar e incrementar la infraestructura, por lo cual era ineludible promover hoteles adecuados, capaces de proporcionar servicios y así responder a las necesidades de alojar adecuadamente a los visitantes.

Para el año de 1960 se creó el Departamento de La Industria Turística, dependiente del Ministerio de Economía; un año más tarde (1961), se produjo un cambio, el Directorio Cívico Militar de El Salvador que había derrocado al entonces Presidente Coronel José María Lemus, considerando conveniente la formación de un organismo para fomentar el turismo nacional; entonces decretó, sancionó y creó El Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) como instancia gubernamental rectora. En 1963, se estableció el reglamento para la clasificación de hoteles, constaba de 12 artículos que permitieron clasificar los hoteles por categoría. (En la actualidad es La División de Empresas y Actividades Turísticas). [18]

En 1970 surgen los programas de fomento del turismo, aunque no eran considerados como un área estratégica para los tomadores de decisiones. Pese a ello, algunas políticas claves fueron implementadas, como fue la construcción de cuatro hoteles en San Salvador: Camino Real, Ritz, Alameda y Terraza. También entró en operación el hotel de montaña Cerro Verde. Con la llegada al poder del Coronel Arturo Armando

[18] Ibíd. Pág.16.

Molina, en 1973, el turismo se visualizó como una actividad capaz de generar cuantiosas divisas y empleos, lo cual conllevó al despegue de la actividad. Estos se han considerado los años de oro del turismo en El Salvador, con una vida económica y política caracterizada por una relativa estabilidad, por ello el número de visitantes extranjeros en ese año se incrementa en 35%, manteniendo esta tendencia creciente hasta alcanzar un máximo de 293,000.00 turistas en 1978.

En 1979, fue el comienzo de la crisis política y del clima de violencia que desembocó el estallido de la guerra un año después. En esta época la prensa internacional difundió las imágenes del conflicto y el país fue declarado como peligroso para los turistas. Fue así como la afluencia de viajeros se redujo a los niveles de 7 años atrás, en 1980 se alcanzó la cuota más baja de visitantes en 15 años, debido a ello, la violencia borra del mapa turístico internacional a El Salvador. Los únicos visitantes extranjeros estaban ligados con el conflicto armado.[19]

"En 1997, el entorno sociopolítico es cualitativamente diferente del que se vivió durante el conflicto armado, parece ser el momento adecuado para dinamizar la actividad. La constitución de un nuevo ente rector de la industria, La Corporación Salvadoreña de Turismo "CORSATUR" surgió en ese momento; sin embargo, los acontecimientos durante el año 2001, referente a los movimientos sísmicos en El Salvador ha repercutido significativamente en la actividad turística en forma negativa.

No obstante, los analistas sobre el sector indican que es posible revertir esa tendencia negativa a través de la ejecución de esfuerzos regionales, enfocados a segmentos de mercado de interés particular como lo es la actividad eco turística, ya que cuenta con áreas ecológicas de grandes atractivos que pueden ser debidamente explotados si se dan a conocer de forma idónea y de esta manera fomentar la cultura y la identidad

[19] Ibíd. Pág.19.

nacional de los pueblos y que permita posicionar a El Salvador como un destino eco turístico de calidad."[20]

Debido a que El Salvador cuenta con muchos destinos turísticos para lograr posicionarse de forma competitiva en el mercado, y que de ellos se ha considerado su potencial para explotarlo de manera eficiente, por lo que se ha logrado el desarrollo económico en muchos lugares.

En el 2004, con el propósito de impulsar el área del turismo se creó el Ministerio del Turismo.

D. ECO TURISMO.

1. Concepto.

El eco turismo es la actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la naturaleza. Se trata de una tendencia que busca compatibilizar la industria turística con la ecología.

El eco turismo está vinculado a un sentido de la ética ya que, más allá del disfrute del viajero, intenta promover el bienestar de las comunidades locales (receptoras del turismo) y la preservación del medio natural. También busca incentivar el desarrollo sostenible (es decir, el crecimiento actual que no dañe las posibilidades futuras).

Los beneficios para la comunidad se ven plasmados en crecimiento económico de zonas rurales, en el acceso a servicios básico, mejoramiento de la educación y salud, aspectos que son obtenidos mediante la distribución equitativa de los ingresos turísticos.

Los principios del ecoturismo suponen el respeto por la cultura del país anfitrión, la minimización del impacto negativo que causa la actividad turística y el apoyo a los derechos humanos.

---

[20] CORSATUR, Origen Desarrollo y Características del Turismo Pág. 17.

2. Evolución del eco turismo en El Salvador.

La flora y fauna salvadoreña son el resultado de la situación geográfica, la altitud y la humedad. A escasos kilómetros de la capital, el viajero puede encontrarse en plena naturaleza virgen, rodeada de una exuberante vegetación tropical que sirve de hábitat a numerosas especies.

El deseo de convivir con la naturaleza, ya sea con fines de recreación, educación, investigación, etc., ha prevalecido siempre; pero es hasta 1975 [21] que la entidad encargada del turismo en El Salvador (ISTU), promueve actividades que comprenden la visita a lugares naturales por medio de caminatas organizadas directamente por el Departamento de Fomento Nacional del Instituto Salvadoreño del Turismo. Dicha institución determina sus actividades eco turísticas con el objetivo de conocer ampliamente a El Salvador visitando cerros, volcanes, ríos, saltos de agua, peñones, caminos pintorescos, etc.

Dentro del progreso de la institución de un turismo especializado, esta la incorporación de campamentos, que fueron coordinados por La Federación Nacional de Montañismo. Esta federación es también de las primeras promotoras del turismo ecológico, iniciando oficialmente sus actividades de montañismo en 1976. En esa época se crearon numerosos clubes que organizaban y desarrollaban variadas actividades, pero con el surgimiento del conflicto armado en 1979, empezaron dichos clubes a desaparecer casi en su totalidad.

Es muy importante tener en cuenta que el eco turismo ha tenido sus primeras manifestaciones, por medio de estos grupos y otros que han comenzado a promover con una visión diferente como son los organismos que velan por la conservación del

[21] CORSATUR, Origen Desarrollo y Características del Turismo.Pág.24

medio ambiente, ONG´s. Éstas tienen por objetivo, conocer nuestra belleza natural, y así educar a la gente para no destruir nuestros recursos naturales.

Uno de los grupos ecológicos dignos de adulación es el Movimiento Ecológico de El Salvador (MES), el cual ha contribuido a iniciar el eco turismo a partir de 1989, llevando grupos selectos de personas a conocer las maravillas de la naturaleza (flora y fauna) a diferentes lugares de El Salvador, como también promoviendo actividades en pro de los recursos naturales de un lugar establecido, por ejemplo el denominado proyecto "Ruta de Las Flores" en Apaneca.

La visita a áreas naturales, ha despertado mayor interés debido a la libertad de poderse movilizar dentro de todo el país, y conocer lugares, antes imposibles de llegar a consecuencia de la guerra. El proceso de paz, ha dado confianza y seguridad de poder visitar dichos lugares."[22]

Es un hecho que el gobierno no ha contribuido mucho al desarrollo turístico, como resultado de un enfoque de esfuerzos en áreas prioritarias, para la conservación de los recursos naturales, es así que para el año de 1995 se creó La Ley Ambiental en El Salvador con el fin de proteger los recursos con los que contaba nuestro país. Para el año de 1999 surge La Ley del Medio Ambiente con el objeto de proteger, conservar y recuperar el medio ambiente, el uso sostenible de los recursos naturales que permita mejorar la calidad de vida de las presentes y futuras generaciones, así como también normar la gestión ambiental, pública, privada y la protección ambiental como obligación básica del Estado, los municipios y los habitantes; esta ley sigue en vigencia.

[22] Ibíd. Pág.25

E. MARCO LEGAL DEL TURISMO.

Según la constitución de la República de El Salvador en el capitulo V artículo 101 en su segundo párrafo dice:

"El estado promoverá el desarrollo económico y social mediante el incremento de la producción, la productividad y racional utilización de los recursos. Con igual finalidad fomentará los diversos sectores de la producción y defenderá el interés de los consumidores"

Al analizar el artículo 101 de la Constitución brinda dos grandes componentes como lo es desarrollo económico-racional y la utilización de los recursos. Por lo que se aplica las siguientes leyes secundarias:

1. Ley del Medio Ambiente

Decreto No. 233 publicado por La Asamblea Legislativa de La República de El Salvador [23]

"Art, 1".- La presente ley tiene por objeto desarrollar las disposiciones de la Constitución de la República, que se refiere a la protección, conservación y recuperación del medio ambiente; el uso sostenible de los recursos naturales que permitan mejorar la calidad de vida de las presentes y futuras generaciones; así como también, normar la gestión ambiental, pública y privada y la protección ambiental como obligación básica del Estado, los municipios y los habitantes en general además de asegurar la aplicación de los tratados o convenios internacionales celebrados por El Salvador en esta materia.

Este artículo dice que se debe desarrollar un turismo rural con finalidad de resguardar, conservar y preservar tanto los recursos como también el patrimonio natural para beneficiar las futuras generaciones logrando una mejor calidad vida para todos.

[23] Ley del Medio Ambiente decreto No.233. Pág.41

- Conceptos y definiciones básicas.

Art. 5.- Para los efectos de esta ley y su reglamento, se entenderá por:
DESARROLLO SOSTENIBLE: Es el mejoramiento de la calidad de vida de las presentes generaciones, con el desarrollo económico, democracia política, equidad y equilibrio ecológico, sin menospreciar la calidad de vida de las generaciones venideras.

Art. 79.- Los objetivos del Sistema de Áreas Protegidas son los siguientes:
a) Conservar las zonas bióticas autóctonas en estado natural, la diversidad biológica los procesos ecológicos de regulación del ambiente y del patrimonio genético natural.
b) Proveer y fomentar opciones para el estudio, la investigación técnica y científica, dar facilidades para la interpretación y educación ambiental y oportunidades para la recreación, esparcimiento y turismo.
Con este artículo se evita la transformación de los recursos naturales, mantener la autenticidad del lugar sin perder su identidad rural, brindando así la oportunidad para el desarrollo de nuevas investigación inmersa en el ecosistema.

2. Ley de Turismo

El inventario turístico del país, serán preservados y resguardados por las instituciones a quienes legalmente correspondan tales atribuciones, las entidades y organismos del Estado o de las municipalidades que tengan la atribución legal de autorizar construcciones, edificaciones o cualquier otro tipo de infraestructura, estarán obligadas a respetar y mantener la vocación turística de tales recursos y las de su ámbito de influencia, para lo cual las construcciones, edificaciones e infraestructuras que se autoricen deberán ser compatibles con los elementos necesarios para el desarrollo turístico de las mismas.

Art. 14- Toda infraestructura y actividad turística se programará de forma que se proteja el patrimonio natural que constituyen los ecosistemas, la diversidad biológica, y que sean preservadas las especies en peligro, la fauna y la flora silvestre.

Las empresas que desarrollen actividades turísticas estarán sometidas a las limitaciones impuestas por las autoridades, cuando aquéllas se ejerzan en espacios particularmente vulnerables, tales como, regiones litorales, bosques tropicales o húmedo es, que sean idóneos para la creación de parques naturales o reservas protegidas.

Analizando esta ley está relacionada con la sostenibilidad y del medio ambiente, bajo esta ley las empresas promotoras del turismo deben regirse a las condiciones impuestas por las autoridades, conservando y preservando el medio ambiente.

3. Instituciones que regulan el Turismo

a) Corporación Salvadoreña de Turismo

La Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) 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.

CORSATUR 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. CORSATUR es una entidad joven, nacida el 25 de Julio de 1996, por medio del Decreto Legislativo W 779. Uno de los objetivos estratégicos de la organización, es gestionar el establecimiento de un marco regulatorio básico que permita el desarrollo de las actividades turísticas dentro de un ámbito ordenado, seguro y confiable.

b) Ministerio de Turismo de El Salvador

El Ministerio de Turismo (MITUR) es la institución rectora en materia de turismo, le corresponde determinar y velar por el cumplimiento de la Política y Plan Nacional de Turismo. MITUR, es creada por medio del Decreto Ejecutivo Numero 1 de fecha, el 1 de junio de 2004, publicado en el Diario Oficial Número 100, Tomo No. 363, de fecha 1 de Junio de 2004.

Visión

"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 centroamericana y que, apoyado por una imagen de marca-país reconocida, se presenta como destino integrador de turismos temáticos especializado en el marco de una reconocida estabilidad política, social y económica".

Misión

"Las entidades turísticas de El Salvador, tanto públicas como privadas, adoptan la Misión de 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 ésta resida."

F. EL TURISMO EN EL MUNICIPIO SUCHITOTO.

El turismo en Suchitoto cada vez es más reconocido no sólo por el turista nacional sino también para el turista internacional, dando una gran variedad de destinos turísticos tales como:

- **EL PUEBLO**

Al visitar la Ciudad se puede ver muchos lugares de interés cultural muy bien conservados como La Iglesia Santa Lucia, calles panorámicas, casas antiguas y el Teatro de las Ruinas.[24]

- **IGLESIA SANTA LUCÍA**

La Iglesia de Santa Lucía, construida en 1853, es uno de los principales atractivos de Suchitoto con características arquitectónicas de la época republicana. Entre las épocas más coloridas de la ciudad destaca el día de la patrona de Suchitoto en honor a Santa Lucía celebrado el 13 de diciembre.

- **CASA-MUSEO DE DON ALEJANDRO COTTO**

Construida por el famoso cineasta y escritor salvadoreño Don Alejandro Cotto, la Casa-Museo expone imágenes religiosas, pinturas, muebles, y más que reflejan las historias culturales de Suchitoto y El Salvador, además muestra jardines llenos de flores, árboles, fuentes, senderos, y vista al Lago de Suchitlán que complementan la casa.

[24] htpp://www.suchitoto-el salvador.com/municipio.htm.

- **TRADICIONES CULTURALES**

A través del año, se presentan muchos eventos en Suchitoto que celebran la historia, cultura, y las artes. Desde el festival de arte en febrero hasta una celebración de la cosecha de maíz en agosto, cada tradición enseña un poco de los valores y reflejan el espíritu creativo de Suchitoto y su población.

- **PLAZA CENTRAL**

También conocida como Plaza Centenaria, es el centro de tranquilidad por la que Suchitoto es reconocido. En esta plaza se puede degustar de platillos típicos y de la alegría del pueblo con presentaciones musicales en vivo.

- **COMIDA**

Suchitoto cuenta con muchos restaurantes donde se sirven una variedad de comida desde cocina salvadoreña y mexicana hasta platos italianos y argentinos. Cada restaurante brinda su propio ambiente único, bohemio, casual, elegante, haciendo posible la satisfacción del visitante local o extranjero.

- **EL LAGO SUCHITLÁN**

En el Lago Suchitlán se puede realizar un paseo en lancha con vistas de paisajes o tomar el ferri que tiene capacidad de transportar 4 vehículos y hasta 100 personas. En este tour es posible apreciar poblaciones aledañas al lago, flora y fauna en la Isla de los Pájaros, un área natural protegida y reservorio de aves nacionales y migratorias.

- **CABALGATAS Y CAMINATAS EN EL VOLCÁN GUAZAPA**

Montar a caballo es una opción para visitar el volcán, los caballos están entrenados pues se conducen con seguridad y confianza para los novatos. También se cuenta con el servicio de guías locales para la exploración al volcán.

G. TURISMO EN EL CANTÓN LA BERMUDA

En el cantón La Bermuda, sitio de la investigación se encuentran lugares de gran interés para todo aquel turista que desea tener una aventura distinta a la que ofrece el pueblo, ya que se puede disfrutar de turismo tanto cultural como de diversión, visitando lugares tales como:

- **CIUDAD VIEJA.**

Este es un lugar de gran importancia histórica y cultural. Al dar inicio a la colonización en 1958, con la llegada de don Diego de Alvarado, se instaló en la villa de San Salvador en donde hoy se conoce como La Bermuda ubicada a 6km de la ciudad de Suchitoto.

- **HACIENDA LA BERMUDA.**

El inmueble se reduce a unas cuantas paredes sin ventanas ni puertas. El sistema constructivo es de adobe con fundaciones de piedra, y la mayor parte de las paredes están cubiertas por hierba y maleza. En una de las esquinas se puede observar parte de lo que fuese un balcón esquinero con base de adobe, las paredes están cubiertas de cal y arena, el piso y el cielo no existen, encontrándose completamente en ruinas después del conflicto armado.

Así mismo, dentro del cantón La Bermuda, se encuentra el Centro Recreativo Las Américas que es el objeto de estudio de la investigación.

H. CENTRO RECREATIVO LAS AMÉRICAS.

1. Antecedentes.

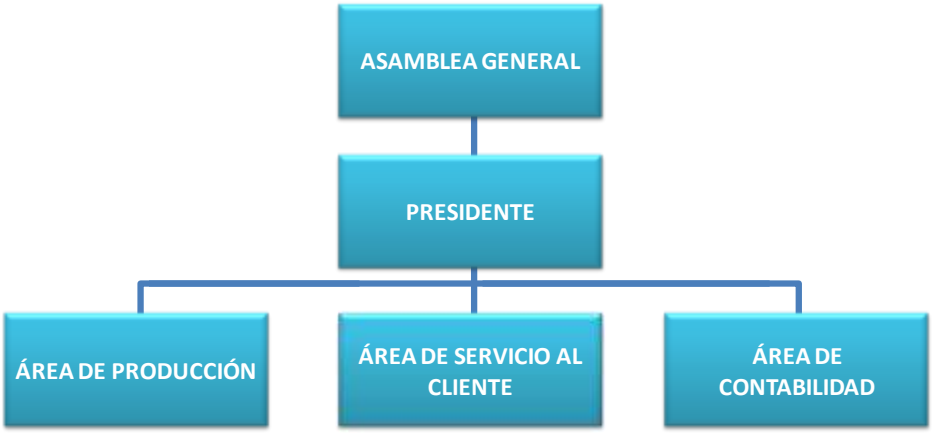
Uno de los proyectos más importantes que ha fortalecido el desarrollo económico en el cantón La Bermuda fue el realizado a principios de los años 90's siendo este un proyecto elaborado por la Cooperación Española el cual pretendió generar ingresos para el beneficio de la Asociación Cooperativa Camaronera Las Américas de R.L. por medio de la producción y venta de camarones, en 1997 se dio por aprobado el proyecto el cual comenzó en el período 1998-1999. En ese momento, la Asociación con el apoyo de la Cooperación Española dio inicio al proyecto de producción y comercialización de camarones construyendo siete estanques, dándose por finalizado en el 2001 a raíz de los terremotos de ese mismo año. En el 2002 con el acompañamiento técnico de Proyectos Comunales de El Salvador (PROCOMES), la cooperativa dio inicio al proyecto de crianza y comercialización de tilapias, manteniéndose dicha actividad hasta la fecha.

En el año 2004 la cooperativa con el apoyo de PROCOMES y Fundación para el Desarrollo (FUNDESA), da origen a la construcción del Centro Recreativo Las Américas, ubicado en la comunidad Las Américas en el cantón la Bermuda, con el propósito de mejorar las condiciones de vida de los habitantes del lugar, dicho proyecto consta de dos piscinas para adultos, una piscina infantil, un merendero, cuatro glorietas, un estanque de tilapias además de un amplio parqueo.

Dicho Centro Recreativo en sus inicios contaba con 7 trabajadores permanentes y con 12 eventuales, así como 4 trabajadores en los estanques ya que se contaba con una mayor demanda de turistas, hoy en día la cooperativa cuenta con tres trabajadores en la zona del Centro Recreativo y dos en la zona de producción de tilapias.

2. Estructura orgánica actual.

A continuación se muestra la estructura orgánica que posee la Asociación Cooperativa Las Américas:



Estructura Organizativa actual del Centro Recreativo Las Américas.

Fuente: Asociación Cooperativa Las Américas.

3. Descripción de estructura orgánica actual.

Se describe la Estructura Orgánica mostrada anteriormente:

- **Asamblea General:** Conformada por 109 socios de la Cooperativa Las Américas. Es la encargada de tomar acuerdos por medio de las juntas que se programan para realizar diferentes actividades relacionadas a la administración del Centro Recreativo.
- **Presidente:** Es el encargado de representar a la Cooperativa ante diversas instituciones mediante de la exposición de acciones que se implementan para el funcionamiento del Centro Recreativo.
- **Área de Producción:** Lo forman los socios encargados del funcionamiento y mantenimiento así como de la comercialización de tilapias dentro del Centro Recreativo.

I. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

1. Concepto

Planeación estratégica es una herramienta que permite a las organizaciones prepararse para enfrentar las situaciones que se presentan en el futuro, ayudando con ello a orientar sus esfuerzos hacia metas realistas de desempeño, por lo cual es necesario conocer y aplicar los elementos que intervienen en el proceso de planeación. [25]

2. Proceso de la Planificación Estratégica

La planeación estratégica analiza la situación actual y la que se espera para el futuro, determina la dirección de la empresa y desarrolla medios para lograr la misión. En realidad, este es un proceso muy complejo que requiere de un enfoque sistemático para identificar y analizar factores externos a la organización y confrontarlos con las capacidades de la empresa.

El Proceso de Planeación Estratégica es un proceso de cambio dinámico, no un evento, un proceso intuitivo que llega a ser didáctico, se involucra a otros en el proceso y se dibuja un "mapa visual". Un proceso direccional de toma de decisiones/resolución de problemas, que está continuamente enfocado en lo que se quiere lograr.

Se necesita un proceso de planeación estratégica en cualquier momento en que se trabaje. En un ambiente cambiante e impredecible, y en el que se espera alcanzar algo grande con recursos limitados.

Etapas del proceso de la planificación estratégica

a. Identificar la Misión, objetivos y los valores de la organización
b. Análisis Interno: Fortalezas y Debilidades

---

[25] Ingrid Georgina Barillas Avalos y otros. **Titulo:** Propuesta de estrategias para fomentar el turismo en la ciudad de Panchimalco. Trabajo de investigación para optar al grado de: Licenciado(a) en Administración de Empresas.Facultad de Ciencias Económicas, Escuela de Administración de Empresas, Universidad Modular Abierta. Julio 2009.Pág.26

c. Análisis Externo: Oportunidades y Amenazas
d. Formulación de Estrategias
e. Implementación de Estrategias
f. Evaluación de los Resultados

a) Misión, Visión y Objetivos

Misión es el motivo, propósito, fin o razón de ser de la existencia de una empresa u organización porque define: 1) lo que pretende cumplir en su entorno o sistema social en el que actúa, 2) lo que pretende hacer, y 3) el para quién lo va a hacer; y es influenciada en momentos concretos por algunos elementos como: la historia de la organización, las preferencias de la gerencia y/o de los propietarios, los factores externos o del entorno, los recursos disponibles, y sus capacidades distintivas.

La visión es una exposición clara que indica hacia donde se dirige la empresa a largo plazo y en que se deberá convertir, tomando en cuenta el impacto de las nuevas tecnologías, de las necesidades y expectativas cambiantes de los clientes, de la aparición de nuevas condiciones del mercado, etc.

Los objetivos son el fundamento de cualquier programa de planeación. La misión aclara el propósito de la organización a la administración. Los objetivos trasladan la misión a términos concretos para cada nivel de la organización.

Los objetivos son los estados o resultados deseados del comportamiento. Una persona o una empresa desean, ya sea obtener algo o mejorar lo que ya se tiene. Los objetivos eficaces tienen las siguientes características: especificidad, alcanzable, mensurabilidad, orientados a resultados y limitados en el tiempo.

Un plan turístico tiene una vida generalmente corta y sus objetivos turísticos deben de ser alcanzados durante ese período.

b) Ambiente Interno

Está relacionado con las características propias de la empresa, por lo que resulta posible actuar directamente sobre ellas. El ambiente interno es conocido también con el nombre de variables controlables ya que la empresa puede ejercer control sobre ellas. Algunos ejemplos de este tipo de variables son: objetivos, estrategias competitivas, calidad del producto, etc.

El ambiente interno está conformado por las fortalezas (que son los aspectos positivos de la empresa) y las debilidades (que son los aspectos negativos que le ocasionan desventajas frente a sus competidores), ya que estas son las actividades que la empresa puede controlar y cuyo desempeño se califica como excelente o deficiente. Surgen en todas las áreas de una empresa y la identificación y evaluación de las fortalezas y debilidades en las áreas funcionales de una empresa es una actividad estratégica básica. Las empresas intentan seguir estrategias que aprovechen las fortalezas y eliminen las debilidades convirtiéndolas en las antes mencionadas (fortalezas).

c) Ambiente Externo

Lo comprenden aquellas variables que están más allá del control de una empresa. Son aquellas situaciones que se presentan fuera de una empresa; por esta razón resulta difícil o imposible actuar sobre ellas.

Para formular estrategias se deben de tomar en cuenta todas las variables que pueden favorecer u obstaculizar el logro de los objetivos de la empresa. Para ello es necesario evaluar su entorno, este puede llevarse a cabo mediante el análisis del FODA que comprende las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con las que cuenta una empresa, este análisis permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa, obteniendo de esta manera un diagnóstico y en función a ello, tomar decisiones acordes a los objetivos.

Las oportunidades y las amenazas conforman el ambiente externo y se refieren a las tendencias y sucesos económicos, sociales, culturales, demográficos, ambientales, políticos, legales, gubernamentales, tecnológicos y competitivos que pudieran beneficiar o dañar de forma significativa a una empresa en el futuro. Algunos ejemplos de oportunidades y amenazas para las empresas son: la competencia, los cambios en los gustos y preferencias de los consumidores, estabilidad política, el medio ambiente etc. Estos tipos de cambios crean un tipo diferente de consumidor y, como consecuencia, las necesidades de diferentes tipos de productos, servicios y estrategias. Un principio básico de la dirección estratégica es que una empresa requiere plantear estrategias para aprovechar las oportunidades externas y evitar o reducir el impacto de las amenazas.

a) Formulación de estrategia

Este proceso se basa en el cruce de variables del diagnóstico FODA donde el resultado será la creación de estrategias. A continuación se presenta la matriz del cruce de variables FODA[26]

Interno / **Externo**	**FORTALEZA**	**DEBILIDAD**
	Análisis de las fortalezas	Anotar las debilidades
	FO Estrategias ofensivas	**DO Estrategias de reorientación**
Anotar las Oportunidades	Usar las fortalezas para aprovechar las oportunidades	Superar las debilidades aprovechando las oportunidades
AMENAZAS	**FA Estrategias defensivas**	**DA Estrategias de supervivencia**
Anotar las Amenazas	Usar las fortalezas para evitar las amenazas	Reducir las debilidades y evitar las amenazas

[26]Ibíd. Pág.27

b) Implementación de Estrategias

La implementación de las estrategias exige saber qué actividades se realizan, con qué recursos se cuenta y quiénes son los responsables, qué factores se tienen para hacer posible la implementación de las estrategias.

c) Evaluación de Los Resultados

Es un proceso que requiere establecer una información común de línea de base para realizar comparaciones, el cual intenta evaluar de manera sistemática y objetiva los progresos hacia un efecto y su realización.

3. La Planificación Estratégica del Turismo

a) Objetivos de Planificación Estratégica Turística

1. Identificar las alternativas de desarrollo y organización de la industria turística y de las actividades auxiliares.
2. Crear propuesta de adaptación para los constantes cambios del sector turismo.
3. Mantener la diferencia en recursos naturales, culturales, arquitectónicos y sociales.
4. Crear las condiciones deseables: alta rentabilidad del turismo, imagen positiva del destino, coordinación y cooperación de la industria turística, información, planes de marketing y señalización.
5. Evitar las situaciones indeseables o descoordinación y competencia innecesaria, entre los agentes de la industria, actitudes hostiles de los residentes de la zona en contra de los turistas, destrucción y alteración del medio natural, social y cultural.

b) Proceso de la Planificación Estratégica del Turismo

En el proceso de planificación tiene en cuenta, a nivel corporativo que abarca el ámbito global del destino de un país, a fin de mantener el turismo de una zona a largo plazo, preservando y actualizando los factores sociales que hacen diferentes de otros

destinos, es decir se debe tener en cuenta la reducción de los impactos negativos a todos los niveles y la potenciación de los positivos.

El nivel de negocio que ciñe a la empresa turística implica delimitar el mercado, identificar segmentos de consumidores, determinar el tamaño de la demanda, establecer la rentabilidad, elegir el posicionamiento y especificar las ventajas competitivas.

El nivel operativo del marketing, que es aquel que establece las acciones de marketing que se requiere para alcanzar los objetivos fijados en la planificación estratégica en función de los elementos de marketing, diseño del producto y de su precio.

Segmentación del mercado Turístico

La segmentación del mercado es la prueba más fehaciente de que la gente difiere en gustos, necesidades, actitudes, estilos de vida, dimensión y composición de la unidad familiar. Se trata de una política deliberada que busca maximizar la demanda del mercado dirigiendo la acción comercial hacia los sub-grupos significativos de usuarios o consumidores.

La segmentación está basada en el hecho de que los consumidores son heterogéneos en cuanto a las necesidades y deseos. La segmentación es la participación imaginaria del mercado en que la empresa desea competir en subconjuntos homogéneos en cuanto a necesidades y motivaciones de compra que pueden constituir grupos de potenciales compradores del producto.

La participación de la segmentación se divide en dos etapas:

1- En la etapa de macro segmentación, se identifican los productos de mercados.

2- En la etapa del micro segmentación, se analizan la diversidad de necesidades y se identifican sub-conjuntos de compradores que buscan en los productos los mismos atributos. Este proceso de micro segmentación se realiza a su vez en cuatro etapas:

- En cada producto se describen los conjuntos de ventajas buscadas por los compradores potenciales.
- Se divide el producto en segmentos homogéneos desde el punto de vista de ventajas buscadas.
- Se selecciona una o varios segmentos objetivos con un producto y un programa de comunicación y ventas adaptadas a sus características.
- En cada una de los segmentos objetivos elegidos se define la posición propia en función de las expectativas de los compradores teniendo en cuenta las posiciones que ocupan los competidores.

c) Posicionamiento del Mercado Turístico.

El posicionamiento es un estado de la mente, es una percepción que se fija en la mente de los consumidores una vez identificado los productos del mercado objetivo, se plantea lo siguiente: dónde colocar el producto, dónde posicionarlos teniendo en cuenta para cada uno de ellos, las expectativas de los consumidores, al igual que las posiciones ya ocupadas por los competidores. Posicionar es colocar en los consumidores un señuelo que identifica el producto o el destino. Las etapas del posicionamiento son:

a) Determinar la situación actual con respecto a los competidores.

b) Decisión sobre la posición deseada.

c) Plan para alcanzar la posición deseada.

d) Estrategia para la ejecución del plan.

Cómo lograr que los consumidores obtengan una preferencia con respecto a la competencia:

a) Calidad de los recursos, atractivo de los bienes y servicios utilizados, como de la amplitud de los servicios auxiliares.

b) La infraestructura y los equipamientos.

c) Imagen de marca.

d) Precio.

Para el caso del Centro Recreativo Las Américas la elaboración de estrategias de posicionamiento integrado ayudará a que los eco turistas prefieran los servicios del lugar, por lo tanto en el siguiente capítulo se darán a conocer un diagnóstico de la situación actual, tomando como referencia la opinión de los visitantes del Turicentro y los miembros del Cooperativa, para la presentación de una propuesta de solución, a través de un plan estratégico que mostrará los pasos a seguir para el relanzamiento del Centro Recreativo con enfoque eco turístico.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL CENTRO RECREATIVO LAS AMÉRICAS.

A. INVESTIGACIÓN DE CAMPO.

3. Objetivos.

a) General.

- Identificar las estrategias que actualmente se utilizan en la administración del Centro Recreativo Las Américas.

b) Específicos.

- Exponer los instrumentos utilizados en la recolección de información relevante para el análisis de la situación actual.

- Elaborar un diagnóstico mediante la herramienta FODA para el análisis de los elementos internos y externos del Centro Recreativo Las Américas.

- Presentar los resultados obtenidos a través de la tabulación y elaboración de gráficas.

B. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

1. Método de Investigación.

El método que se utilizó fue el científico, el proceso requiere del uso de dos tipos de procedimientos: Racionales y Empíricos. Dentro de los métodos auxiliares que se utilizaron están el Analítico y Sintético.

a) Análisis

La descomposición del todo en sus elementos, ha permitido estudiar cada una de esas partes para determinar si las condiciones del Centro Recreativo son las óptimas para percibir el incremento en la demanda de eco turistas que promuevan el desarrollo y sostenimiento del mismo.

b) Síntesis

En este caso en particular la síntesis ha contribuido a explicar los elementos y factores que debe cumplir el Centro Recreativo Las Américas para convertirse en el lugar preferido del eco turista.

2. Tipo de Investigación.

La investigación que se realizó fue de tipo descriptiva, porque ésta permitió describir lo atractivo que presenta el eco turismo dentro del Centro Recreativo a los visitantes que gustan de esta clase de experiencias, y así ayudar al fortalecimiento socio-económico de los asociados propietarios de dicho Centro Recreativo.

3. Fuentes de Recolección de Información.

a) Fuentes Primarias.

Como fuente de información directa y original, no abreviada, ni traducida de los hechos que se desean conocer para el trabajo de investigación están las personas que integran la Cooperativa Las Américas así como pobladores aledaños a la zona de la investigación.

Para la recopilación de datos se empleó la técnica de la observación directa, la encuesta y la entrevista.

- Unidades de Análisis.

Fue preciso establecer las unidades de análisis para la recolección de información primaria, éstas se realizaron a:

- Turistas que visitan el Centro Recreativo Las Américas.
- Los asociados propietarios del Centro Recreativo Las Américas.
- Al personal que labora en el Centro Recreativo Las Américas.

b) Fuentes secundarias.

Del mismo modo se utilizaron monografías, tesis, revistas, y la Web, que contaba con información escrita del municipio de Suchitoto y del Cantón La Bermuda. Además otra parte de información se obtuvo a través de encuesta y entrevista hechas en la zona de estudio como son:

- Encuesta realizada en el Centro Recreativo Las Américas.
- Pagina web de la oficina de turismo de la alcaldía Municipal de Suchitoto.
- Ministerio de Turismo (MITUR)
- Tesis “Propuesta de un Plan Estratégico de Desarrollo Ecoturístico para el municipio de San Pedro Nonualco, Departamento De La Paz”.

- Revista “Capacitación en planeación estratégica a nivel normativo y ejecutivo de cie, Búho Dilecto no. 1, pp. San Salvador: Facultad de Ciencias y Humanidades, 2004”.

4. Técnicas e instrumentos para recopilar la información.

Para la recolección de la información de manera objetiva y precisa se aplicaron las siguientes técnicas e instrumentos para facilitar la elaboración de la Propuesta del Plan Estratégico.

a) Encuesta.

La encuesta es la técnica cuantitativa que se realizó sobre una muestra de 66 eco turistas que visitan el Centro Recreativo, para lo cual se utilizó el cuestionario como instrumento para la recopilación de la información necesaria, es así como se estructuró con preguntas cerradas y semi cerradas, dirigidas a turistas con el objetivo de conocer la percepción y expectativas que tienen de los lugares eco turísticos de la zona y así deducir aspectos relacionados con el eco turismo del lugar.

b) La entrevista.

A través de esta técnica se obtuvo información precisa sobre la situación actual en que se encuentra el Centro Recreativo partiendo del instrumento, utilizando una guía de preguntas la cual facilitó el conocimiento de las opiniones de las partes involucradas en la investigación. Dicho instrumento se dirigió al Administrador del Centro Recreativo que es el Presidente de La Asociación Cooperativa Las Américas el señor Francisco Martínez.

c) Observación directa

Por medio de esta técnica se identificó las características y el potencial que tienen los lugares eco turísticos que posee el cantón.

Se observó el área, clima, fauna, flora, y otras características únicas de la zona a manera de realizarse un sondeo general y preliminar de cómo están las instalaciones del Centro Recreativo, así también determinar los servicios que se prestan actualmente.

d) Prueba piloto

La prueba piloto se llevó a cabo con el propósito de comprobar la claridad, precisión y brevedad del contenido del cuestionario para realizar las correcciones pertinentes y la recolección de datos objetivos en función de las variables e indicadores sujetos de investigación.

C. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO.

El Universo de esta investigación está formado por:

- **El universo de eco turistas:**

El universo de los eco turistas se conformó por las personas que visitan lugares turísticos con enfoque ecológico que provienen tanto de la zona aledaña como del interior y exterior del país.

- **El universo de Personal administrativo y operativo del Turicentro.**

El universo se constituyó por el Administrador del Centro Recreativo en estudio, y por las 12 personas encargadas del mantenimiento y soporte de personal (datos facilitados por el Administrador del Turicentro).

D. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA.

Para la determinación de la muestra se utilizó la distribución de la curva normal de la cual se determinó la probabilidad de éxito y fracaso de la investigación, el nivel de confianza y de error.

- **La muestra de turistas que visitan el Centro Recreativo Las Américas**

La muestra de turistas se determinó por las personas que visitan lugares eco turísticos, se tomaron 200 turistas para determinar la muestra ya que es el promedio de turistas que frecuentan el Centro Recreativo.

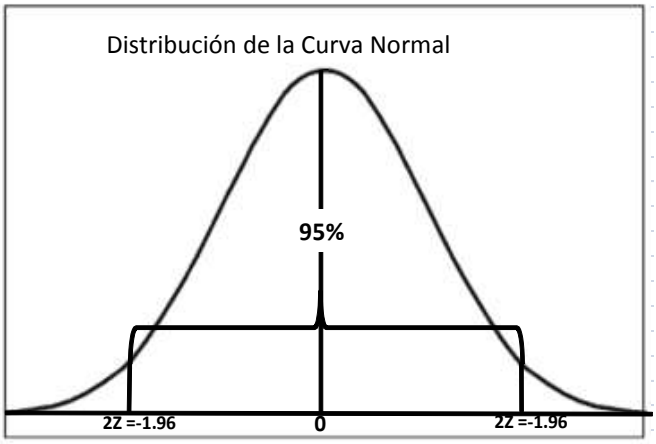
Para determinar la muestra se utilizó el Método Probabilístico donde cada elemento del universo tiene la misma oportunidad de ser elegido. Se eligió el tipo aleatorio simple (al azar).

La fórmula desarrollada es:

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

Donde:
n = Tamaño de la muestra.
Z = Nivel de confianza. (0.95) ≈ 1.96
P = Probabilidad de éxito. (0.5)
Q = Probabilidad de fracaso. (0.5)
e = Error máximo. (0.10)
N = 200 turistas

DISTRIBUCION DE LA CURVA NORMAL[27]



Aplicando la fórmula se tiene:

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5 \cdot 200}{0.10^2 \cdot 200 - 1 + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n = \frac{3.8416 \cdot 0.5 \cdot 0.5 \cdot 200}{0.01 \cdot 199 + 3.8416 \cdot 0.5 \cdot 0.5}$$

$$n = \frac{192}{2.9504} \qquad n = 65.07 \approx \textbf{66 Turistas que frecuentan el Centro Recreativo.}$$

E. TABULACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS.

El propósito de realizar un análisis a los eco turistas, es para identificar las principales características, gustos y preferencias de éstos.

Para procesar la información recopilada por medio de los instrumentos empleados en la investigación de campo fue necesario tabular los resultados obtenidos de dicha investigación; siendo así se utilizaron los métodos de la tabulación simple con el fin de mostrar información objetiva para elaborar las conclusiones y recomendaciones precisas al estudio.

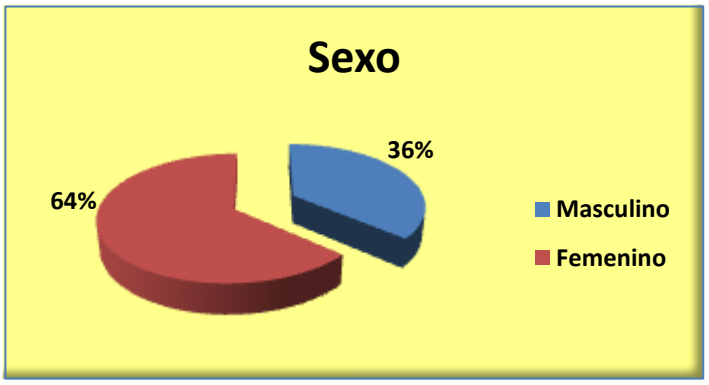
[27] http://es.wikipedia.org/wiki/Distribuci%C3%B3n_normal

DATOS GENERALES DE LOS VISITANTES DEL CENTRO RECREATIVO LAS AMERICAS

CANTIDAD DE ENCUESTADOS Y SU CLASIFICACION DE GÉNERO

SEXO

OPCIONES	A	B	TOTAL
	Masculino	Femenino	
Frecuencia	24	42	66
Porcentaje	36.36%	63.64%	100.00%

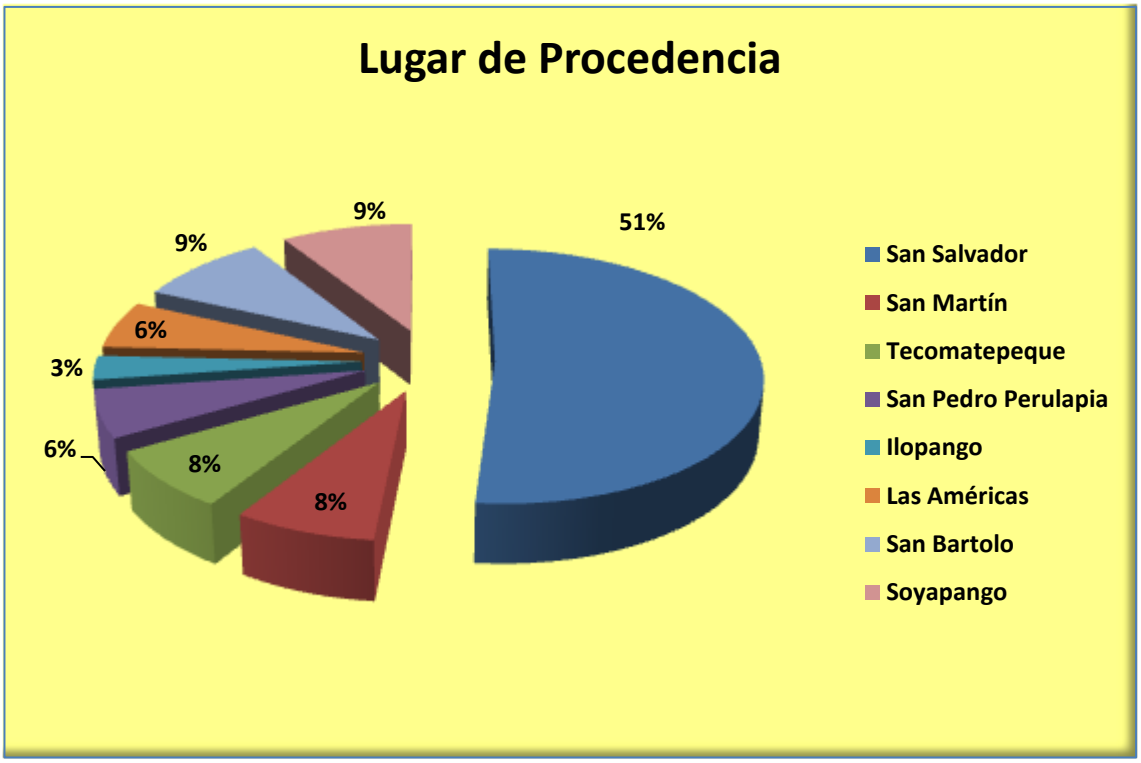


Análisis:

Se observa una mayor afluencia de visitantes del género femenino con relación al masculino, lo que indica que se puede desarrollar estrategias con enfoque de diversión familiar en el turicentro.

LUGAR DE PROCEDENCIA DE LOS ENCUESTADOS

OPCIONES	A	B	C	D	E	F	G	H	TOTAL
	San Salvador	San Martín	Tecomatepeque	San Pedro Perulapia	Ilopango	Las Américas	San Bartolo	Soyapango	
Frecuencia	34	5	5	4	2	4	6	6	66
Porcentaje	51.52%	7.58%	7.58%	6.06%	3.03%	6.06%	9.09%	9.09%	100.00%



Análisis:

Según el lugar de procedencia, más de la mitad de los encuestados provienen de San Salvador, dando a conocer una falta de interés por parte de los pobladores aledaños a la zona del proyecto permitiendo la creación y desarrollo de estrategias que impulsen mediante la publicidad y promoción mayor afluencia de turistas.

ACTIVIDADES A LAS QUE SE DEDICAN LOS ENCUESTADOS

OPCIONES	A	B	C	D	TOTAL
	Estudiante	Empresa	Profesional	Otros	
Frecuencia	27	18	15	6	66
Porcentaje	40.91%	27.27%	22.73%	9.09%	100.00%

Análisis:

En base a los resultados obtenidos se observó que los estudiantes conforman el sector que más visita el lugar, por lo que es necesario hacer una revisión de precios y ofrecer opciones para el incremento de la afluencia de este tipo de visitante así como para visitantes de otros sectores.

NIVEL DE INGRESOS DE LOS ENCUESTADOS

OPCIONES	A	B	C	D	TOTAL
	$100-$250	$251-$400	$401-$600	Más de $ 600	
Frecuencia	41	17	5	3	66
Porcentaje	62.12%	25.76%	7.58%	4.55%	100.00%

Análisis:

Según los resultados anteriores, es notable que existe un porcentaje mayor de personas con ingresos que oscilan entre $100.00 y $250.00. Este resultado se relaciona con el tipo de visitantes que frecuentan el turicentro ya que se puede determinar que los estudiantes no poseen un trabajo y por lo tanto tienen una menor capacidad adquisitiva.

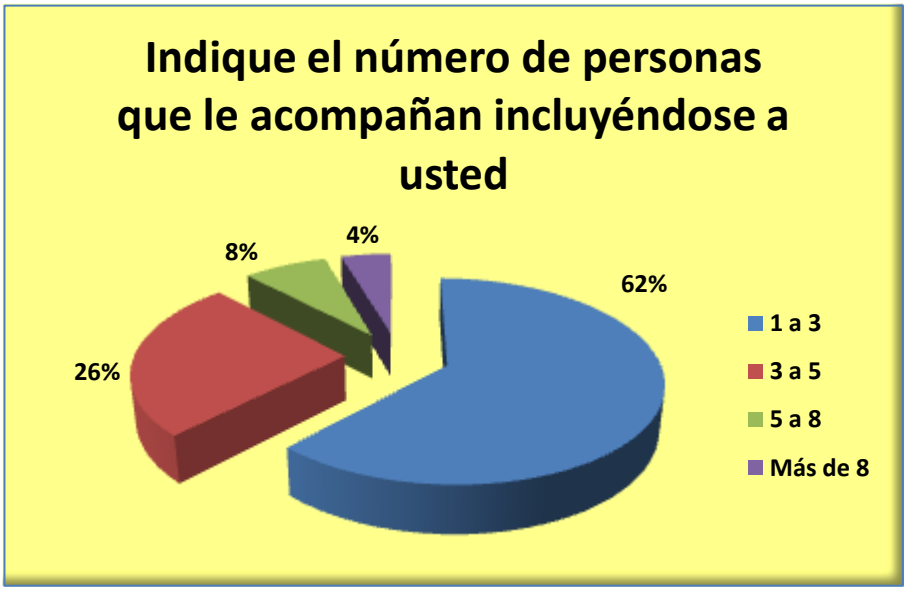
Pregunta No. 1:

Indique el número de personas que le acompañan incluyéndose a usted.

Objetivo:

Conocer el número de integrantes por grupo familiar o amigos con que se visita el Centro Recreativo.

OPCIONES	A 1 a 3	B 3 a 5	C 5 a 8	D Más de 8	TOTAL
Frecuencia	41	17	5	3	66
Porcentaje	62.12%	25.76%	7.58%	4.55%	100.00%



Análisis:

Según datos arrojados por dicha tabulación se aprecia que la mayor parte de turistas se hacen acompañar por no más de dos personas, para lo cual se recomendaría crear un ambiente de tipo familiar.

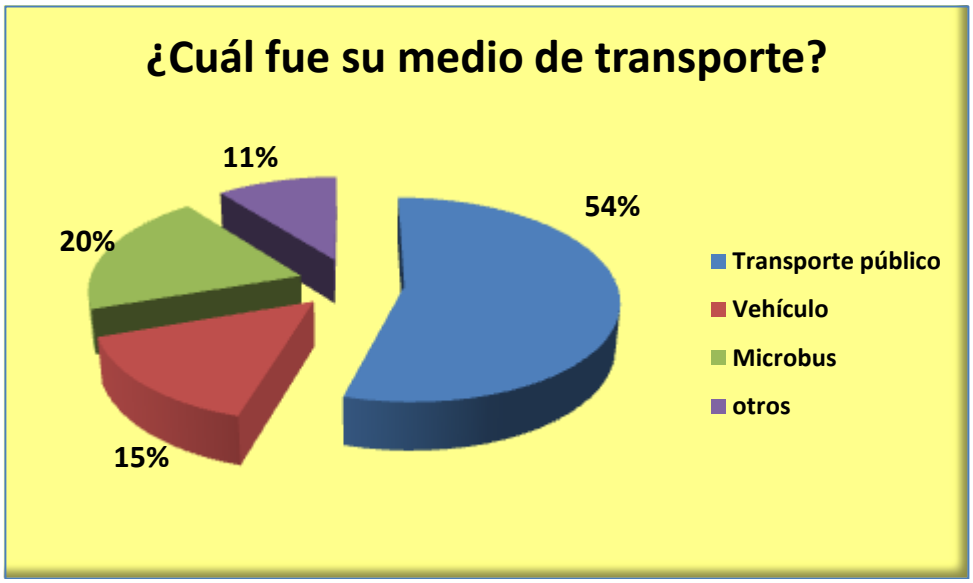
Pregunta No. 2:

¿Cuál fue su medio de transporte?

Objetivo:

Conocer las diversas formas en las cuales los turistas se condujeron al Turicentro.

OPCIONES	A	B	C	D	TOTAL
	Transporte público	Vehículo	Microbus	otros	
Frecuencia	36	10	13	7	66
Porcentaje	54.55%	15.15%	19.70%	10.61%	100.00%



Análisis:

Con respecto a los medios de transporte que utilizaron los turistas para llegar a dicho lugar el más utilizado es el transporte público, de ahí la necesidad de crear un medio de transporte que se movilice desde el desvío de la carretera principal de Suchitoto, hacia el Turicentro y viceversa ya que los turistas deben caminar un largo tramo al lugar por su ubicación.

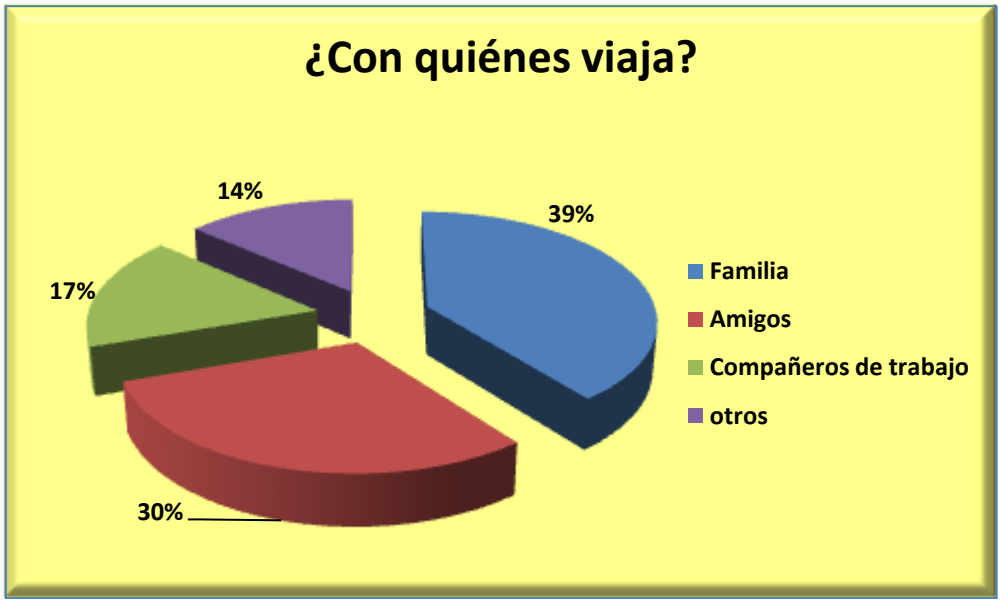
Pregunta No. 3:

¿Con quiénes viaja?

Objetivo:

Conocer qué tipo de grupos visita el centro recreativo.

OPCIONES	A	B	C	D	TOTAL
	Familia	Amigos	Compañeros de trabajo	otros	
Frecuencia	26	20	11	9	66
Porcentaje	39.39%	30.30%	16.67%	13.64%	100.00%



Análisis:

El centro recreativo tiene la aceptación en su mayoría por grupos de familia ya sea que éstos tengan tres miembros o más como lo demostró la pregunta número uno, de aquí la importancia de crear estrategias en cuanto a infraestructura que permita reflejar un ambiente más familiar para atraer más este tipo de clientes en dicho centro recreativo.

Pregunta No.4:

En promedio, ¿Cuánto pretende gastar con su grupo?

Objetivo:

Estar al tanto de cuanto es el presupuesto promedio para vacacionar de los diferentes grupos que visitan dicho Turicentro**.**

Pregunta 4	A	B	C	D	TOTAL
	$10-$20	$21-$40	$41-$60	Más de$ 60	
En promedio,¿Cuánto pretende gastar con su grupo?	39	16	7	4	66
Porcentaje	59.09%	24.24%	10.61%	6.06%	100.00%

Análisis:

Debido a la crisis económica que ataña al país la mayor parte de vacacionistas tiene en sus posibilidades gastar en dicho paseo de diez a veinte dólares en promedio lo cual indica que se deben crear estrategias enfocadas a mantener precios accesibles tanto en entrada al lugar como en los alimentos que ahí se comercializan.

Pregunta No.5:

¿Con qué frecuencia ha visitado el centro turístico?

Objetivo:

Saber el número de veces que ha visitado el turicentro.

OPCIONES	A	B	C	D	TOTAL
	0-1	2-3	4-5	Más de 5	
Frecuencia	21	16	7	4	48
Porcentaje	31.82%	24.24%	10.61%	6.06%	72.73%

Análisis:

Gran parte de los turistas visitan por primera vez el lugar por lo tanto se debe trabajar en captar la atención de los turistas tanto en precios, infraestructura, limpieza, y la misma atención a los mismos para lograr ganar la aceptación y preferencia de los mismo para que sigan visitando el turicentro y lo recomienden.

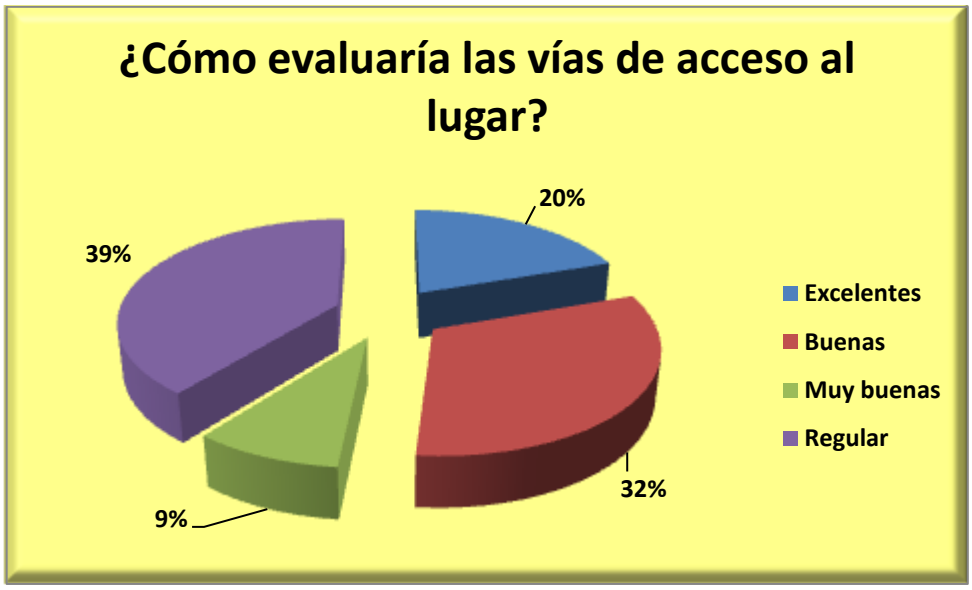
Pregunta No.6:

¿Cómo evaluaría las vías de acceso al lugar?

Objetivo:

Obtener las impresiones de los turistas en cuanto a cómo consideran las vías de acceso hacia dicho centro recreativo.

OPCIONES	A	B	C	D	TOTAL
	Excelentes	Buenas	Muy buenas	Regular	
Frecuencia	13	21	6	26	66
Porcentaje	19.70%	31.82%	9.09%	39.39%	100.00%



Análisis:

La mayor parte de los encuestados consideran que las vías de acceso se encuentran en un estado de buenas a regular ya que como se observa en la pregunta dos la mayoría debe llegar a pie a dicho lugar y la carretera no es pavimentada, afectando además los que viajan en vehículo liviano, por lo tanto se deben buscar las alianzas con las autoridades pertinentes para el mantenimiento de dicha vía de acceso.

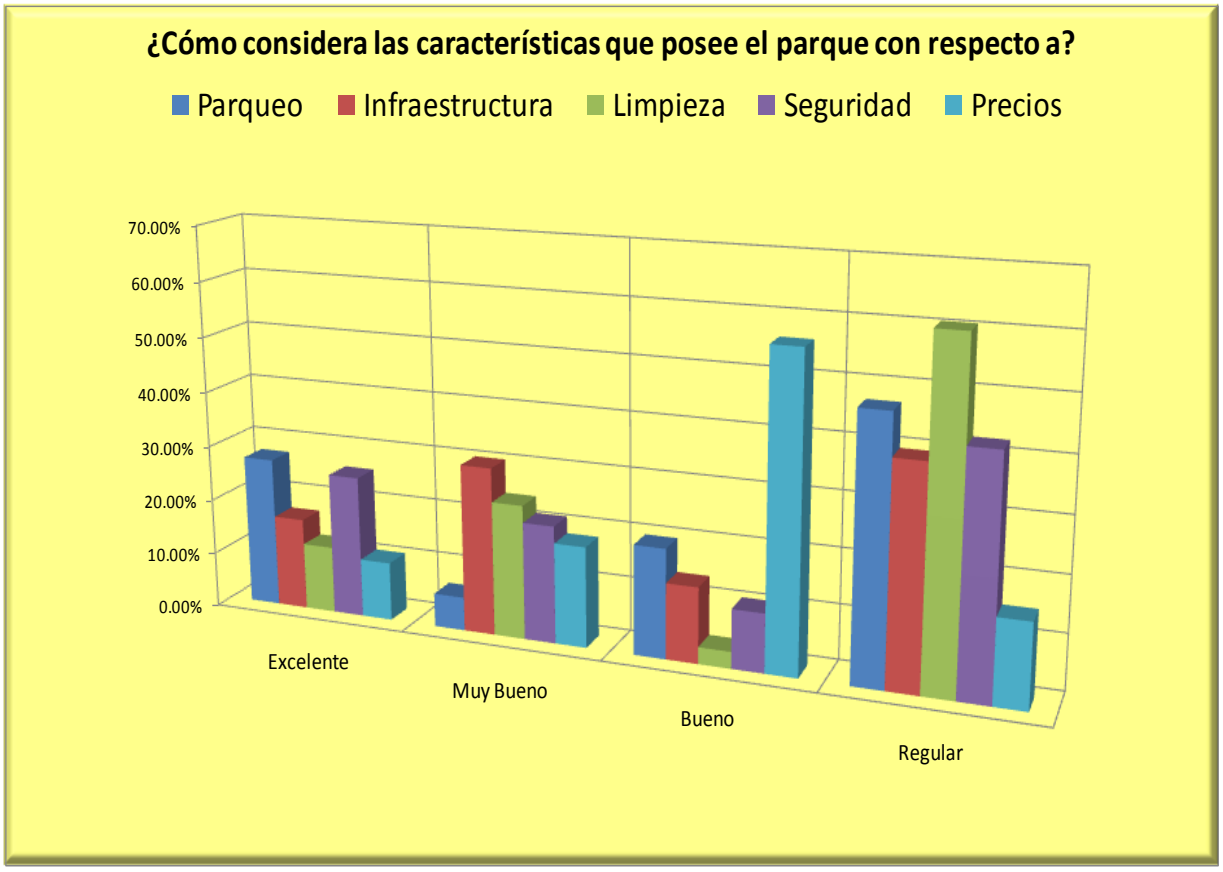
Pregunta No.7:

¿Cómo considera las características que posee el parque con respecto a?

Objetivo:

Tener de primera mano la percepción de los turistas en cuanto a las siguientes características: infraestructura, limpieza, seguridad, y precios del centro recreativo.

OPCIONES	A	B	C	D	TOTAL
Frecuencia	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	
Parqueo	18	4	13	31	66
Porcentaje	27.27%	6.06%	19.70%	46.97%	100.00%
Infraestructura	11	20	9	26	66
Porcentaje	16.67%	30.30%	13.64%	39.39%	100.00%
Limpieza	8	16	2	40	66
Porcentaje	12.12%	24.24%	3.03%	60.61%	100.00%
Seguridad	17	14	7	28	66
Porcentaje	25.76%	21.21%	10.61%	42.42%	100.00%
Precios	7	12	37	10	66
Porcentaje	10.61%	18.18%	56.06%	15.15%	100.00%



Análisis:

En cuanto a la percepción que tienen los turistas con respecto a características del lugar la gran mayoría le dio una nota de regular a bueno, siendo este un indicador bastante preciso en cuanto a que los turistas ven la necesidad de mejorar las condiciones del lugar para sentirse a gusto con el servicio que presta dicho centro recreativo y la creación de estrategias que permitan la pronta actuación para mejorar las condiciones del lugar.

Pregunta No.8:

¿Cómo se enteró de la existencia de este turicentro?

Objetivo:

Conocer cuál fue la publicidad indirecta que los visitantes del turicentro utilizó para informarse acerca de la existencia del Centro Recreativo.

OPCIONES	A	B	C	D	TOTAL
	Familia	Amigos	Compañeros de trabajo	Otros	
Frecuencia	23	14	20	9	66
Porcentaje	34.85%	21.21%	30.30%	13.64%	100.00%

Análisis:

Según los resultados obtenidos de los encuestados se puede observar que en su mayoría los visitantes conocieron el Centro Recreativo a través de un familiar o compañeros de trabajo, lo que nos indica que los grupos familiares son clientes permanentes y que los grupos de compañeros de trabajo son otro medio importante de difundir los servicios que ofrece el turicentro; por lo que sería adecuado una política de precios llamativa para grupos familiares y empresariales ofreciendo descuentos especiales y al mismo tiempo se podría diversificar los servicios que actualmente se ofrecen enfocados a las familias y grupos de trabajo.

Pregunta No.9:

¿Considera que existe un ambiente familiar dentro del Centro Turístico?

Objetivo:

Identificar la percepción de los turistas respecto a que si el Centro Recreativo cuenta con un ambiente familiar.

OPCIONES	A	B	TOTAL
	Si	No	
Frecuencia	17	49	66
Porcentaje	25.76%	74.24%	100.00%

Análisis:

A pesar de que las familias visitan con frecuencia el Centro Recreativo se debe tomar medidas que promuevan un ambiente más familiar,

Por observación directa se percibe qué el ambiente del lugar es una imagen negativa (lugar de consumo de bebidas alcohólica). Sería prudente realizar remodelaciones en las instalaciones con decoraciones más enfocadas en la familia y los niños así como tomar políticas de consumo de bebidas alcohólicas.

Pregunta No.10:

¿Existen diferentes opciones de alimentos para que usted ordene o elija?

Objetivo:

Verificar si los visitantes del turicentro cuentan con diferentes opciones de consumo de alimento dentro de las instalaciones del Centro Recreativo.

OPCIONES	A	B	TOTAL
	Si	No	
Frecuencia	28	38	66
Porcentaje	42.42%	57.58%	100.00%

Análisis:

Según los resultados obtenidos podemos observar que los visitantes no cuentan con muchas opciones de alimentos por lo que su consumo se limita a un menú reducido y repetitivo el cual no se considera llamativo de baja calidad y que corresponda al precio pagado. Es necesario modificar el menú ofrecido para satisfacer la demanda de los visitantes.

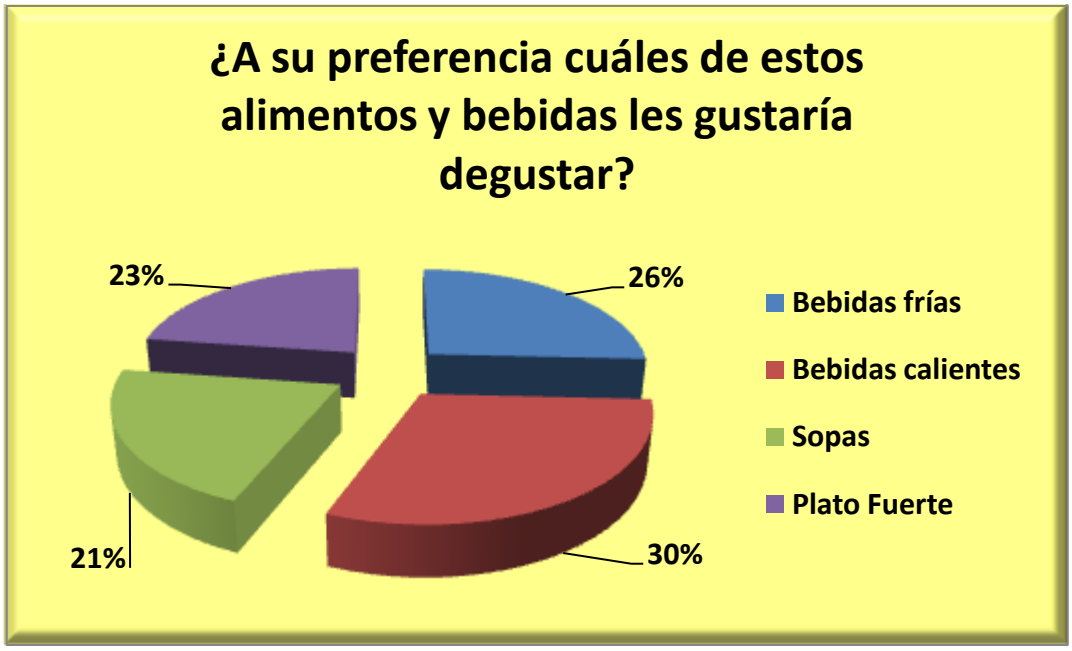
Pregunta No.11:

¿A su preferencia cuáles de estos alimentos y bebidas les gustaría degustar?

Objetivo:

Conocer los gustos y preferencias en el consumo de alimentos y bebidas de los turistas del Centro Recreativo.

OPCIONES	A Bebidas frías	B Bebidas calientes	C Sopas	D Plato Fuerte	TOTAL
Frecuencia	17	20	14	15	66
Porcentaje	25.76%	30.30%	21.21%	22.73%	100.00%



Análisis:

Las bebidas calientes tienen una aceptación mayor en relación a las demás opciones, por lo que se debería tomar en cuenta este resultado y brindar más opciones a los clientes para que puedan degustar de diferentes bebidas para complacer los gustos de los consumidores.

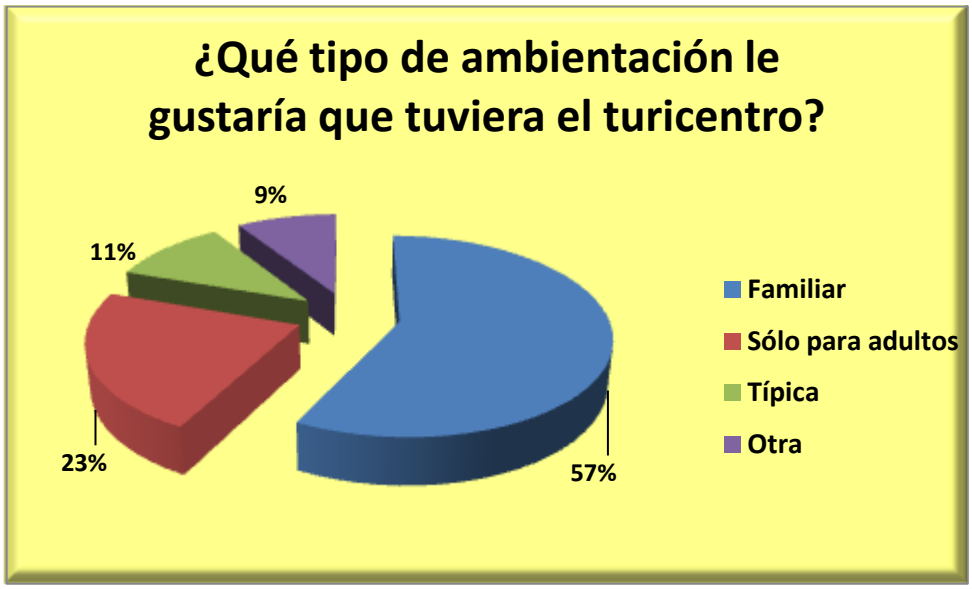
Pregunta No.12:

¿Qué tipo de ambientación le gustaría que tuviera el turicentro?

Objetivo:

Indagar sobre cuál es el tipo de ambientación que los visitantes desearían que el Centro Recreativo debería de tener.

OPCIONES	A	B	C	D	TOTAL
	Familiar	Sólo para adultos	Típica	Otra	
Frecuencia	38	15	7	6	66
Porcentaje	57.58%	22.73%	10.61%	9.09%	100.00%



Análisis:

Teniendo en cuenta que las familias son las que más visitan al turicentro estas desean que el ambiente sea familiar para el disfrute sano de los miembros de las familias, por lo que se debe mejorar la perspectiva que tienen los visitantes en la actualidad del turicentro y que concuerde con el que desean que tuviese.

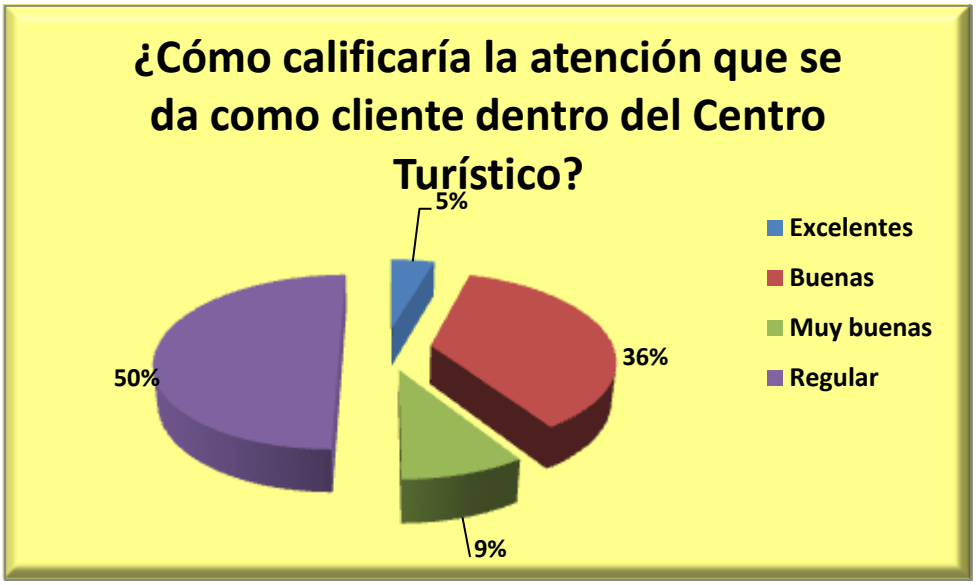
Pregunta No.13:

¿Cómo calificaría la atención que se da como cliente dentro del Centro Turístico?

Objetivo:

Investigar acerca de la atención que reciben los clientes del Centro Recreativo en su estadía.

Pregunta 13	A	B	C	D	TOTAL
	Excelentes	Buenas	Muy buenas	Regular	
¿Cómo calificaría la atención que se da como cliente dentro del Centro Turístico?	3	24	6	33	66
Porcentaje	4.55%	36.36%	9.09%	50.00%	100.00%



Análisis:

En cuanto a la atención que se le brinda a los consumidores, los visitante en su mayoría la califican como regular, por lo que se debe revisar las fallas que se tienen en cuanto al trato que reciben , es por ello que sería apropiado capacitar al personal de atención al cliente para ofrecer calidad en el servicio de manera constante.

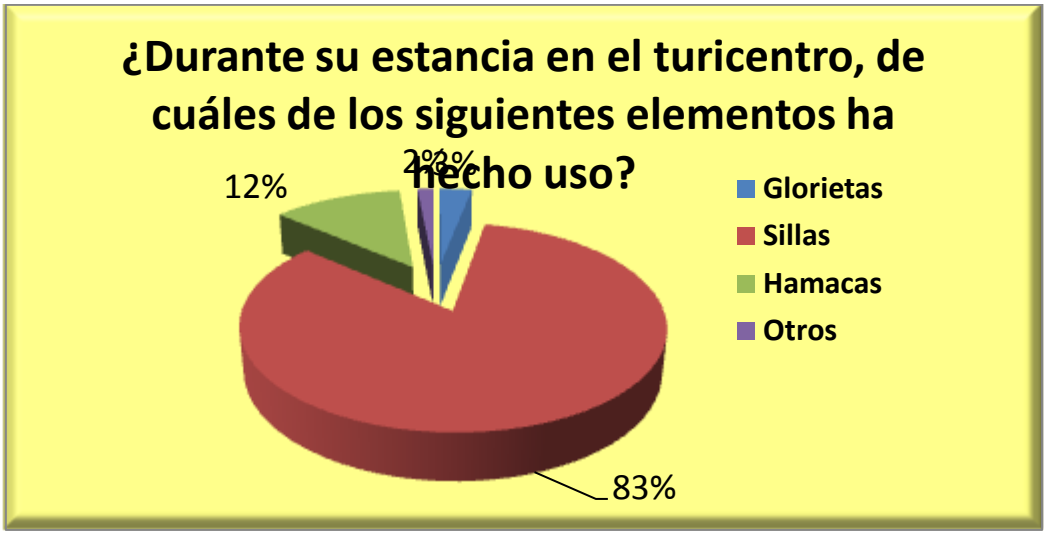
Pregunta No.14:

¿Durante su estancia en el turicentro, de cuáles de los siguientes elementos ha hecho uso?

Objetivo:

Indagar acerca de los elementos que los visitantes han utilizado durante su estancia en el centro recreativo.

OPCIONES	A Glorietas	B Sillas	C Hamacas	D Otros	TOTAL
Frecuencia	2	55	8	1	66
Porcentaje	3.03%	83.33%	12.12%	1.52%	100.00%



Análisis:

Los elementos más utilizados por los visitantes fueron las sillas. Cabe mencionar que las glorietas tuvieron menor utilización ya que las personas manifestaban que éstas estaban situadas muy lejos de la piscina. Se deben elaboran estrategias de atracción y mantenimiento para que las glorietas tengan un mayor uso como serían promociones, revisión de precios, creación de combos que incluyan hamacas, glorietas y sillas y de esta manera generar mayores utilidades.

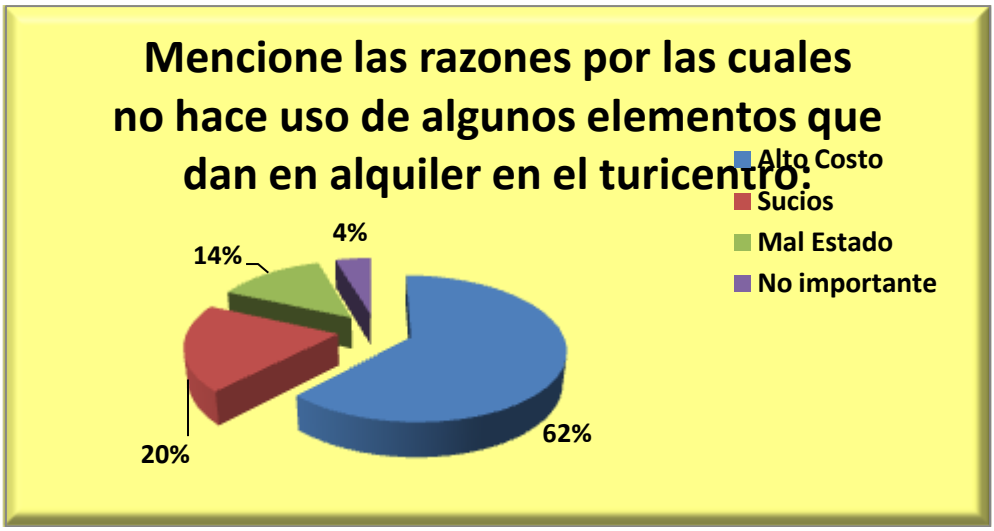
Pregunta No.15:

Mencione las razones por las cuales no hace uso de algunos elementos que dan en alquiler en el turicentro:

Objetivo:

Determinar las razones por las cuales los turistas no hacen uso de algunos de los elementos que dan en alquiler.

OPCIONES	A	B	C	D	TOTAL
	Alto Costo	Sucios	Mal Estado	No importante	
Frecuencia	41	13	9	3	66
Porcentaje	62.12%	19.70%	13.64%	4.55%	100.00%



Análisis:

Entre las razones se encuentra el alto costo como la más representativa dentro de las demás opciones, lo que indica que como estudiantes poseen un bajo poder adquisitivo por lo tanto no pueden alquilar los elementos que el centro recreativo tiene a disposición como glorietas, sillas y hamacas. Partiendo de este análisis se podrían desarrollar promociones que les permitan al sector de estudiantes el poder alquilar por un precio menor dichos elementos.

Pregunta No.16:

¿Qué actividades le gustaría realizar dentro del turicentro?

Objetivo:

Descubrir actividades que se puedan realizar dentro del turicentro.

OPCIONES	A	B	C	D	TOTAL
	Caminatas	Deportes	Compra de artesanías	Otros	
Frecuencia	29	17	12	8	66
Porcentaje	43.94%	25.76%	18.18%	12.12%	100.00%

Análisis:

Dentro de las opciones que se presentaron a los turistas la que más les pareció atractiva fue la de realizar caminatas ya que el centro recreativo posee el espacio adecuado para la realización de esta actividad. La segunda más interesante para los turistas fue la de desarrollar deportes por lo que una oportunidad sería la de construir una cancha de fútbol de playa así como canopi entre los árboles.

Pregunta No.17:

De no venir a este turicentro, cuál hubiese visitado en Suchitoto.

Objetivo:

Descubrir las competencias que posee el Centro Recreativo.

OPCIONES	A Hacienda La Bermuda	B Ciudad Vieja	C Lago de Suchitlán	D Otros	TOTAL
Frecuencia	12	14	34	6	66
Porcentaje	18.18%	21.21%	51.52%	9.09%	100.00%

Análisis:

La competencia que posee mayor interés para los turistas es el lago de Suchitlán por lo que se debe realizar estrategias de captación de clientes mediante la señalización en carretera hacia el Centro Recreativo así como la decoración dentro y fuera del turicentro.

Pregunta No.18:

¿Volvería a visitar el centro turístico?

Objetivo:

Identificar la capacidad de atracción del Centro Recreativo en los clientes.

OPCIONES	A	B	TOTAL
	Si	No	
Frecuencia	49	17	66
Porcentaje	74.24%	25.76%	100.00%

Análisis:

Se identifica claramente que las personas sí están interesadas en visitar nuevamente el centro recreativo a pesar de cómo se encuentra actualmente. Es por ello que en próximas visitas ellos puedan encontrar al turicentro con un mejor ambiente más agradable y un servicio de calidad.

Pregunta No.19:

¿Recomendaría a otras personas la visita al centro turístico?

Objetivo:

Identificar los clientes que se convertirán en publicidad hablada para el Centro Recreativo.

OPCIONES	A	B	TOTAL
	Si	No	
Frecuencia	51	15	66
Porcentaje	77.27%	22.73%	100.00%

Análisis:

Es importante tener conocimiento de qué cantidad de personas se llevan una buena impresión del turicentro y al descubrir que la mayoría lo recomendaría crea una oportunidad de crear publicidad sin incurrir en inversiones significativas, aunque por otro lado, es recomendable no estar confiados en las percepciones de las personas ya que es variable por lo que se debe crear una campaña publicitaria en la que se dé a conocer las virtudes del lugar.

De la información recolectada se puede realizar un análisis de la situación actual tanto de los factores internos como externos mediante el instrumento FODA que se presenta a continuación.

Fortalezas	***Oportunidades***	***Debilidades***	***Amenazas***
F1. La venta de Tilapias es considerada muy atractiva a los clientes del lugar.	O1. La alcaldía de Suchitoto e instituciones relacionadas con el Turismo y la cultura como MITUR y CONCULTURA pueden apoyar a un proyecto ecoturístico.	D1. El menú que se brinda no es atractivo para los turistas por lo que prefieren llevar sus propios alimentos.	A1. Existe un índice moderado de delincuencia en la periferia del Centro Recreativo Las Américas.
F2. Cuenta con abundante recursos hídricos, flora, fauna y patrimonios culturales.	O2. Los centros de estudio permiten la difusión del patrimonio cultural del país a las nuevas generaciones.	D2. No existe cultura de atención al cliente.	A2. No hay alumbrado eléctrico en las vías de acceso
F3.Cuenta con lugares aledaños de origen indígena como cuevas, obrajes de añil y nacimientos de agua.	O3. Presentación de exposiciones de arte local como pintura, artesanías y bisutería, feria gastronómica y otros eventos artísticos como danza y música autóctona.	D3. Infraestructura sin mantenimiento y en mal estado (baños y desvestideros, instalaciones, limpieza y ornato)	A3. Las vías de acceso no son las adecuadas por estar no pavimentadas.
F4. Los estanques de tilapias se consideran atractivos para el turismo.	O4.Desarrollo del comercio de medicina natural	D4. No existe un control adecuado de sus ingresos.	A4. Los hoteles aledaños que se encuentran en la zona se consideran competencia
F5. Cuenta con un amplio parqueo.	O5. Desarrollo del comercio de la venta de tilapias	D5. El ambiente que se presenta no es familiar.	A5.Por la zona en que se encuentra el Centro Recreativo Las Américas, es propenso a desastres naturales como inundaciones, incendios y terremotos.

Fortalezas	*Oportunidades*	*Debilidades*	*Amenazas*
F6. Los precios son accesibles.	O6. Promocionar el ecoturismo en la zona.	D6. No se tienen senderos marcados para aprovechar los sitios arqueológicos con los que cuentan y la flora y fauna que poseen.	A6. Agotamiento de Recursos naturales
F7. La estructura organizativa de la asociación está legalmente constituida.	O7. Construcción de un vivero	D7. No existe un adecuado control sobre la compra de bebidas alcohólicas, tanto a menores de edad como el nivel de consumo de éstas.	
F8. El lugar es propio.	O8. Creación de veladas culturales que incluyan danza, comidas típicas, música folklórica y poesía.	D8. Personal insuficiente y el existente no está capacitado.	
	O.9 La mayoría que visitan al Turicentro son las familias y estudiantes.	D9. Falta de motivación y espíritu empresarial	
		D10. Poca visibilidad del lugar y no tienen publicidad.	
		D11. A la administración le falta iniciativa	
		D12. No cuentan con promociones.	
		D13 El tramo entre la carretera y el turicentro abarca 2kmt. Y se encuentra en mal estado.	

F. DESCRIPCIÓN DEL DIAGNÓSTICO.

1. Diagnóstico por áreas de servicio.

a) Instalaciones y vías de acceso.

Las instalaciones con que cuenta el Centro Recreativo se encuentran en mal estado, como lo respaldan en la encuesta realizada a visitantes en las preguntas 6 y 7 en la que se hizo énfasis en dichas características, así como por observación directa echa en el lugar ya que no se les da el mantenimiento necesario para tener una buena presentación, además de crear lugares de insalubridad dentro del Centro Recreativo aunando a esto las vías de acceso que si bien aun son transitables, es necesario la búsqueda de ayuda en la institución correspondiente para el mejoramiento y mantenimiento de la misma. (Pregunta 6 y 7 de encuesta); entrevista pregunta número 18.

b) Recursos Humanos.

En la actualidad el Centro Recreativo sólo cuenta con 12 personas las cuales se distribuyen todo el trabajo en dicho lugar imposibilitando que haya una buena atención al visitante, respaldada por la opinión que tiene el vacacionista en cuanto a la ambientación de dicho Turicentro, los alimentos que ofrece y su propia percepción de la atención que recibieron en su estadía en el Centro Recreativo, lo cual crea un ambiente de insatisfacción por parte de los mismos al no ser atendidos cuando éstos lo solicitan, además que el poco personal que hay no se encuentra capacitado para la atención al cliente, siendo una debilidad a la hora de recomendar dicho Turicentro.(Preguntas 9, 10, 12, 13, 17 de encuesta); (pregunta 13, 15 de entrevista).

c) Publicidad.

La publicidad es una de las mayores desventajas para el Centro Recreativo, ya que en la realidad es nula, imposibilitando la divulgación de la existencia del mismo, dicha aseveración se comprobó con la encuesta hecha a visitantes cuando se le pregunta, ¿cómo se dieron cuenta de la existencia del Centro Recreativo? y en su mayoría, contestaron que fue por recomendación de éste, además se pudo observar que la mayor parte de personas lo recomendaban por ser de bajo costo, pero no lo recomendaban ni por atención al cliente, infraestructura, vías de acceso y otros ítems que se preguntaban al turista, lo cual le conlleva a tener poca afluencia de visitantes al lugar y por ende bajos ingresos, que le imposibilitan crecer y darse a conocer como una alternativa más para vacacionar. (Preguntas 5, 6, 7, 8 de encuesta); (Preguntas 16, 17, de entrevista).

d) Apoyo Local.

Con respecto al apoyo que brinda la municipalidad al Turicentro es casi nula, si bien fueron tomados en cuenta en la oferta turística del municipio en su página web, ésta no ha seguido apoyándolos ya que el cantón no es tomado en cuenta en proyectos de alumbrado eléctrico público ni en el mantenimiento de las vías de acceso, además que no cuentan con planes de seguridad en la zona, factores que los visitantes toman en cuenta la momento de elegir donde vacacionar, además dichos proyectos ayudarían en gran medida al desarrollo de la oferta turística de dicho Turicentro. Preguntas 6, 7, encuesta); (Pregunta 18 de entrevista).

2. Oportunidades para expandir la oferta turística a través de lugares eco turísticos más representativos y cercanos del cantón La Bermuda, comunidad Las Américas.

El Centro Recreativo Las Américas está ubicado en el cantón La Bermuda a 8km de Suchitoto y consta de dos piscinas para adultos, una infantil, un merendero, amplio parqueo bajo los árboles, hamacas, alquiler de mesas plásticas y cultivo de tilapias con venta de pescado.

Se puede visitar el Río Tancuajul, Saltos de Agua La Bermuda, Hacienda La Bermuda, que están en la misma zona.

- Estanques de tilapias y nacimientos de agua

El Centro Turístico Las Américas cuenta con un terreno de aproximadamente 12 manzanas las que contienen tres nacimientos de agua que abastece los 7 estanques de tilapias y las tres piscinas dentro del turicentro, dichos nacimientos son la fuente de vida de comunidades como El Milagro y El Papaturro, además proveen fuerza al Río Tancuajul y Saltos de Agua La Bermuda. Los estanques de tilapias y nacimientos de agua se encuentran ubicados a 200 mts. del Centro Recreativo.

- Obraje de Añil

El Obraje de añil se encuentra ubicado a 100 mts. de las instalaciones del Centro Turístico en medio de un camino cubierto por vegetación casi inexplorado, la zona parece que está intacta desde que los asentamientos tuvieron protagonismo en todo Suchitoto en el siglo XVI donde la extracción del añil del xiquilite tuvo su mayor auge.

- Hacienda La Bermuda

Este sitio se encuentra cercano al Centro Recreativo a unos 300 mts. aproximadamente, en este lugar se puede encontrar vestigios de lo que fue la Hacienda.

- Cueva San Juan

Se encuentra ubicada a 1.5 km. del Centro Recreativo Las Américas en la Comunidad El Papaturro, este lugar muestra una abundante vegetación, en ella se puede observar petrograbados de los antiguos pobladores, en el que su acceso puede ser a caballo, a pie o en carreta.

3. Situación actual sobre el papel que ejercen las instituciones gubernamentales y no gubernamentales en el desarrollo del eco turismo en el Centro Recreativo.

La participación del Ministerio de Medio Ambiente dentro del sector turismo, es emitir la normativa para desarrollar eco turismo en las áreas naturales, a través de la ley de Medio Ambiente, la Ley Forestal, la Ley de Áreas Protegidas y Ley de Conservación de Vida Silvestre; sin embargo en el cantón La Bermuda, comunidad Las Américas la participación de esta entidad no ha sido muy notoria, pues desde 1997 organizaciones sin fines de lucro como Fundación para el Desarrollo (FUNDESA) , Proyectos Comunales de El Salvador (PROCOMES) , Federación Española de Asociaciones PROVIDA y ACUSUR-LAS SEGOVIAS, han dejado impactos positivos en el cantón La Bermuda, pero en el caso específico de la Comunidad Las Américas, PROCOMES ha beneficiado a la población de esta comunidad con la construcción de los estanques de tilapias, el cultivo de camarón, técnicas de agricultura para aprovechar la riqueza de la zona y la

construcción de la infraestructura del Centro Recreativo Las Américas, FUNDESA por su parte apoyó en la construcción de glorietas en las instalaciones del Turicentro.

La ayuda que reciben del Gobierno Central por medio de sus instituciones encargadas de promover el turismo y la agricultura es relativamente poca, pues no existe un acercamiento continuo. En el caso del apoyo de la municipalidad, se puede mencionar que ha colaborado en cuanto a la publicidad del Centro Recreativo en la página web de la alcaldía en la que resalta la sección de eco turismo de la municipalidad, http://www.suchitoto-el-salvador.com/eventos.php, en dicho sitio muestra la ubicación y resalta los servicios que ofrece el Turicentro.

Debido a que el eco turismo en el cantón La Bermuda no se ha desarrollado como una actividad de apertura y mejoras al desarrollo local, por consiguiente en tal sentido no se han implementado actividades de promoción turística como paquetes de destinos eco turísticos, no se cuenta con personal capacitado que proporcionen el servicio de guías turísticos. A pesar de ello los ciudadanos están dispuestos a involucrarse en este proceso, por lo que se determinó que la participación ciudadana es aceptable, pero no cuentan con los conocimientos adecuados y la asistencia técnica necesaria para desarrollar una eficiente coordinación, gestión y promoción del sector eco turístico; al existir un plan que facilite la creación de un comité de eco turismo en el cantón La Bermuda, permitirá un desarrollo no sólo económico sino social que integre factores como la seguridad y la protección del medio ambiente junto a la preservación de patrimonios culturales que permitan el resguardo de los mismos para crear conciencia a las nuevas generaciones.

Para lograr un adecuado desarrollo del sector turístico del cantón La Bermuda y comunidades Las Américas deberán contar con una adecuada cobertura y calidad de los servicios de alojamiento, gastronomía, red vial y servicios básicos, aunque en la actualidad los que se ofrecen no son lo suficientemente aceptables ya que carecen de calidad de servicio al cliente, lo que se convierte en un punto importante a mejorarse para atraer a visitantes potenciales y mantener los que se tienen en la actualidad.

La oferta cultural y tradicional que ofrece el cantón La Bermuda y sus comunidades está aún sin explotarse y si no se toman medidas a tiempo se irán perdiendo ya que no han sido transmitidos de generación en generación.

G. CONCLUSIONES

- El Centro Recreativo no cuenta con un plan de desarrollo eco turístico.

- El Centro Recreativo carece de publicidad para promover el eco turismo del mismo.

- No se cuenta con la señalización vial eco turística que oriente y facilite la visita al Centro Recreativo Las Américas.

- Poco apoyo municipal, estatal y entidades gubernamentales relacionadas con el eco turismo.

- Las condiciones de higiene y salubridad del Centro Recreativo no son adecuadas.

- Los visitantes no cuentan con variedad en el menú que se ofrece.

- Los precios de entrada el turicentro se encuentran accesible sin embargo los precios de otros servicios como alquiler de glorietas lo consideran altos.

H. RECOMENDACIONES

- Proponer un plan estratégico que promueva el desarrollo eco turístico del Centro Recreativo Las Américas.

- Asignar una partida en el presupuesto para crear una unidad de promoción y publicidad para el turicentro.

- Señalizar estratégicamente la ubicación del Centro Recreativo.

- Gestionar proyectos con la municipalidad, Gobierno Central y entidades no gubernamentales para la ejecución de proyectos que mejoren las condiciones de los servicios básicos, propiciando mayores espacios de difusión a lo que ofrece el Centro Recreativo.

- Mejorar las condiciones de higiene y salubridad de las instalaciones del turicentro con especial urgencia los baños y desvestideros.

- Brindar mayor variedad en el menú de alimentos y bebidas que se ofrece en el Centro Recreativo en el área de restaurante para satisfacer los gustos y preferencias de los clientes desde los niños hasta los mayores.

- Realizar una revisión de la tarifa de precios que tienen los artículos que ofrece el Turicentro tales como sillas, glorietas, hamacas y otros; así como la creación de ofertas especiales para grupos de personas.

CAPÍTULO III: PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO PARA EL INCREMENTO DE LA DEMANDA DE TURISTAS DEL CENTRO RECREATIVO LAS AMÉRICAS DEL MUNICIPIO DE SUCHITOTO.

A. JUSTIFICACIÓN.

Hoy en día las empresas buscan ser rentables, crecer, cumplir objetivos individuales y colectivos; el Centro Recreativo Las Américas no es la excepción, pero para los asociados de este turicentro el término rentabilidad va más allá; es decir, que se busca tener sostenibilidad tanto en el aspecto económico, cultural, medio ambiental como social; procurando la educación así como el cuido de la riqueza natural y cultural con que cuenta el cantón La Bermuda dentro de sus comunidades en particular Las Américas, sitio que alberga las instalaciones del Centro Recreativo.

Partiendo de las bondades territoriales donde se encuentra ubicado el Centro Recreativo, se denota la necesidad de crear un Plan Estratégico que permita aumentar el eco turismo conservando el medio ambiente así como el patrimonio cultural, mejorar la promoción del Turicentro mediante la diversificación e innovación de los productos y servicios, posicionándolo así como líder en la industria eco turística.

De esta manera es preciso sobrevivir en un mercado competitivo a través de medidas a corto, mediano y largo plazo que marquen el camino a seguir tomando un papel protagónico en el enfoque de los turicentros en El Salvador.

Es por ello que con un Plan Estratégico se pretende beneficiar a los asociados de la Cooperativa Las Américas así como a la población aledaña al Centro Recreativo.

B. OBJETIVO.

Proponer estrategias que permitan el desarrollo y sostenibilidad del Centro Recreativo Las Américas para el período 2011-2015.

C. DESARROLLO DE PLAN ESTRATÉGICO.

Actualmente el Centro Recreativo Las Américas no cuenta con un documento que exprese una misión y visión que genere compromiso entre los asociados así como valores y objetivos estratégicos que le sirvan de guía para la realización de actividades que lleven al éxito al turicentro. Por lo tanto se propone como misión y visión lo siguiente:

1. Misión.

"Somos una Asociación dedicada al área de servicios eco turísticos enfocados a la educación, conservación de los recursos naturales y patrimonio cultural en un ambiente familiar, ofreciendo calidad a nuestros clientes nacionales como extranjeros que permita satisfacer sus expectativas de sana diversión a través de la convivencia con la naturaleza".

2. Visión.

"Ser el primer Centro Recreativo en Suchitoto que asuma un papel protagónico en el desarrollo del eco turismo, promoviendo la protección de la riqueza cultural como natural en la zona; a través del trabajo en equipo para lograr la sostenibilidad del Centro Recreativo Las Américas y de esta manera mejorar las condiciones de vida de la población aledaña."

Para lograr que se cumpla lo antes mencionado, es necesario que se practiquen los siguientes valores:

3. Valores

- Respeto al medio ambiente.

  Inculcar el respeto al medio ambiente, esto incidirá al cuido de cada recurso y siempre se tendrá un ambiente libre de contaminación.

- Protección al patrimonio cultural.

  Si se protege el patrimonio con que poseen los lugares turísticos, se contará siempre con los lugares completos y se promoverá la cultura que servirá a futuras generaciones.

- Honestidad.

  Se requiere de este valor porque no es permitido utilizar los recursos naturales para otros fines que no sean promover el eco turismo.

- Responsabilidad y compromiso.

  Es indispensable cumplir con las obligaciones y asumir la responsabilidad de las acciones que se realizan, con el fin de sentirse comprometidos con el trabajo.

- Respeto y humildad.

  El trato debe ser adecuado dentro del equipo de trabajo con el objetivo de mantener la armonía así también se debe estar dispuesto a aprender de los errores.

- Excelencia en el servicio

  Brindar el mejor servicio y atención al cliente. Lo que se hace se debe hacer bien.

- Innovación

  Buscar, imaginar, crear, enseñar y proponer nuevas ideas de cómo realizar el trabajo.

4. Objetivos estratégicos.

Se propone como objetivos estratégicos los siguientes:

- Procurar la sostenibilidad del Centro Recreativo Las Américas promoviendo el eco turismo conservando el medio ambiente y el patrimonio cultural.
- Educar al eco turista en la protección al medio ambiente y al patrimonio cultural.
- Establecer alianzas entre la población aledaña al turicentro y entidades externas.
- Proponer nuevos productos turísticos amigables con el medio ambiente.
- Mantener al eco turista satisfecho con el servicio y los productos que ofrece el Centro Recreativo.

5. Ejes estratégicos por áreas de servicios.

Los elementos que sirvieron como base para clasificar las estrategias por áreas de servicio son:

a) Instalaciones y vías de acceso.

Se propone estrategias que permitan la remodelación de las instalaciones del Centro Recreativo, así mismo mejorar las vías de acceso al turicentro.

b) Recursos Humanos.

Se presentan estrategias que van enfocadas a la mejora del servicio al cliente interno y externo, mejorando la tención que se brindan.

c) Publicidad.

Se propone estrategias que permitan el incremento de la demanda de visitantes a través de campañas promocionales que permitan dar a conocer al turicentro y los atractivos que ofrece a todos los clientes.

d) Apoyo institucional.

Se plantea estrategias que promueva alianzas permitiendo la gestión y desarrollo de nuevos proyectos que beneficien no sólo al Centro Turístico sino que también a la población aledaña.

6. Proceso de elaboración de estrategias a través de la matriz FODA.

a) Análisis FODA.

Se elaboró la matriz FODA con el objetivo de analizar los aspectos internos y externos del Centro Recreativo Las Américas, dicho análisis permitió la formulación de las estrategias que buscan el desarrollo económico, social y ambiental.

A continuación se presenta las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas obtenidas en el diagnóstico y la investigación de campo.

Fortalezas	*Oportunidades*	*Debilidades*	*Amenazas*
F1. La venta de Tilapias es considerada muy atractiva a los clientes del lugar.	O1. La alcaldía de Suchitoto e instituciones relacionadas con el Turismo y la cultura como MITUR y CONCULTURA pueden apoyar a un proyecto ecoturístico.	D1. El menú que se brinda no es atractivo para los turistas por lo que prefieren llevar sus propios alimentos.	A1. Existe un índice moderado de delincuencia en la periferia del Centro Recreativo Las Américas.

Fortalezas	*Oportunidades*	*Debilidades*	*Amenazas*
F2. Cuenta con abundante recursos hídricos, flora, fauna y patrimonios culturales.	O2. Los centros de estudio permiten la difusión del patrimonio cultural del país a las nuevas generaciones.	D2. No existe cultura de atención al cliente.	A2. No hay alumbrado eléctrico en las vías de acceso
F3.Cuenta con lugares aledaños de origen indígena como cuevas, obrajes de añil y nacimientos de agua.	O3. Presentación de exposiciones de arte local como pintura, artesanías y bisutería, feria gastronómica y otros eventos artísticos como danza y música autóctona.	D3. Infraestructura sin mantenimiento y en mal estado (baños y desvestideros, instalaciones, limpieza y ornato)	A3. Las vías de acceso no son las adecuadas por estar no pavimentadas.
F4. Los estanques de tilapias se consideran atractivos para el turismo.	O4.Desarrollo del comercio de medicina natural	D4. No existe un control adecuado de sus ingresos.	A4. Los hoteles aledaños que se encuentran en la zona se consideran competencia
F5. Cuenta con un amplio parqueo.	O5. Desarrollo del comercio de la venta de tilapias	D5. El ambiente que se presenta no es familiar.	A5.Por la zona en que se encuentra el Centro Recreativo Las Américas, es propenso a desastres naturales como inundaciones, incendios y terremotos.
F6. Los precios son accesibles.	O6. Promocionar el ecoturismo en la zona.	D6. No se tienen senderos marcados para aprovechar los sitios arqueológicos con los que cuentan y la flora y fauna que poseen.	A6. Agotamiento de Recursos naturales

Fortalezas	*Oportunidades*	*Debilidades*	*Amenazas*
F7. La estructura organizativa de la asociación está legalmente constituida.	O7. Construcción de un vivero	D7. No existe un adecuado control sobre la compra de bebidas alcohólicas, tanto a menores de edad como el nivel de consumo de éstas.	
F8. El lugar es propio.	O8. Creación de veladas culturales que incluyan danza, comidas típicas, música folklórica y poesía.	D8. Personal insuficiente y el existente no está capacitado.	
	O.9 La mayoría que visitan al Turicentro son las familias y estudiantes.	D9. Falta de motivación y espíritu empresarial	
		D10. Poca visibilidad del lugar y no tienen publicidad.	
		D11. A la administración le falta iniciativa	
		D12. No cuentan con promociones.	
		D13 El tramo entre la carretera y el turicentro abarca 2kmt. Y se encuentra en mal estado.	

b) Cruce de variables y estrategias.

Luego de tener el análisis FODA se procede a elaborar el cruce de variables tal como se presenta a continuación, generando las estrategias que servirán para el desarrollo del Plan Estratégico.

	F	D
O	FO • Creación de alianzas con el sector hotelero restaurantes y gobierno local.(F3,O1). • Creación de nuevos nichos de venta de tilapia como restaurante, hostales y comercio en mercado municipal de Suchitoto (F1, O5). • Creación de rutas eco turísticas a lugares aledaños a la zona (F2, O6). • Construcción de vivero y kiosko para la venta de medicina natural. (F8, O7, O4). • Crear vínculos con el sector estudiantil de educación media y superior relacionado con el área socio-cultural y medio ambiental (F3, O2).	DO • Creación de la Unidad de Proyección Empresarial (UPE)(D8,O6). • Remodelación de infraestructura para una ambientación más familiar y espacios para grupos empresariales (D5, O9). • Capacitación periódica del personal existente.(D8,O1) • Mejora de las vías de acceso de la entrada del Cantón al Turicentro.(D13,O6)
A	FA • Creación de comités de seguridad rural a lo largo del trayecto al Centro Recreativo para mejorar las condiciones de seguridad (F3,A1). • Establecer tarifas de precios de acuerdo a las diferentes temporadas del año.(F6,A4).	DA • Crear productos promocionales para incentivar la afluencia de visitantes al Centro Recreativo Las Américas (D10, A4). • Crear servicio de transporte en horarios especiales (D12,D10,A4).

7. Clasificación de estrategias por áreas de servicio.

a) Instalaciones y vías de acceso.

- Creación de rutas eco turísticas a lugares aledaños a la zona (F2, O6):

  Partiendo de los recursos que posee el Centro Recreativo Las Américas se pueden establecer diversas rutas eco turísticas que promuevan dicho sector.

- Remodelación de infraestructura para una ambientación más familiar y espacios para grupos empresariales (D5, O9):

  Dado que la mayoría de personas que visitan al Centro Recreativo son estudiantes acompañados de sus familias es de vital importancia proporcionar

una imagen que proyecte un ambiente familiar que permita el sano esparcimiento de dichos turistas.

- Mejora de las vías de acceso de la entrada del Cantón al Turicentro. (D13, O6):
  La mejora de las vías de acceso al Centro Recreativo propiciará el incremento de las visitas ya que se contará con las condiciones adecuadas para facilitar la entrada vehicular.
- Crear servicio de transporte en horarios especiales (D12,A4):
  Considerando la falta de publicidad en los alrededores y dentro del Centro Recreativo así como la fuerte competencia que generan tanto restaurantes como hoteles ubicados sobre la carretera que conduce a Suchitoto, el servicio de transporte directo al Centro Recreativo beneficiaría en gran manera a los turistas, pues les facilitaría la llegada al turicentro ya que sería de manera directa.
- Construcción de vivero y kiosko para la venta de medicina natural. (F8, O7, O4):
  Con el fin de generar ingresos tomando en cuenta que las instalaciones son propias, se pueden diversificar los servicios que se ofrecen, siendo uno de ellos la construcción de un vivero en donde se comercialice diferentes especies de plantas así como medicina natural.

b) Recursos Humanos.

- Creación de la Unidad de Proyección Empresarial (UPE) (D8, O6):
  Viendo la necesidad de promocionar al Centro Recreativo con enfoque eco turístico es preciso contar con el personal capacitado para la puesta en marcha y el cumplimiento y seguimiento de las estrategias propuestas

- Capacitación periódica del personal existente.(D8,O1):
  El Centro Recreativo se ve en la necesidad de crear vínculos con instituciones como Alcaldía de Suchitoto, con el sector Salud, e instituciones que velan con el

desarrollo turístico de el país como CONCULTURA, y el MITUR, con el objetivo de buscar capacitación permanente para mejorar la atención que se brinda.

- Creación de comités de seguridad rural a lo largo del trayecto al Centro Recreativo para mejorar las condiciones de seguridad (F3, A1):
  Teniendo conocimiento sobre cierto grado de delincuencia en el trayecto de dos kilómetros de camino desde la carretera hacia Suchitoto, hasta el turicentro, se debe buscar el apoyo de la Policía de Turismo, así como capacitar a la población aledaña, y mejorar los niveles de seguridad.

c) Publicidad.

- Creación de nuevos nichos de venta de tilapia como restaurante, hostales y comercio en mercado municipal de Suchitoto (F1, O5):
  Una de las principales actividades de la Asociación Cooperativa Las Américas desde el 2002 es el cultivo y comercialización de tilapia, por lo tanto se debe impulsar la venta de este producto tanto en los mercados Municipales como en el sector Hotelero y Restaurantes de la zona y así incrementar los ingresos de la Cooperativa.
- Establecer tarifas de precios de acuerdo a las diferentes temporadas del año. (F6, A4):
  Para generar un ambiente más competitivo en la zona aledaña al Turicentro se debe crear políticas de estandarización de precios convirtiéndolo en una opción preferencial con respecto a sus competencias.

- Crear productos promocionales para incentivar la afluencia de visitantes al Centro Recreativo Las Américas así como la creación de la página web, brochur y vallas publicitarias. (D10, A4):

Para contrarrestar la competencia que tiene el Centro Recreativo y la poca publicidad existente actualmente es preciso contar con productos promocionales para hacerlo más visible.

- Crear vínculos con el sector estudiantil de educación media y superior relacionado con el área socio-cultural y medio ambiente. (F3,O2):
  Tomando en cuenta que la población estudiantil visita con mayor frecuencia al Turicentro es necesario realizar los contactos respectivos con centros educativos en el municipio de Suchitoto como fuera de este para la realización de visitas a las rutas culturales.

d) Apoyo institucional.

- Creación de alianzas con el sector hotelero restaurantes y gobierno local.(F3,O1):
  Se busca crear un turismo en red que traiga consigo una publicidad recíproca en el que el Centro Recreativo sea partícipe junto a otros establecimientos que promueven el turismo.

8. Procedimiento para la implementación de la estrategia.

No.1																	
Estrategia:	**Creación de la Unidad de Proyección Empresarial (UPE)**																
Objetivo:	**Brindar apoyo para la realización del Plan Estratégico**																
No	**Actividades**	**Responsables**	**Recursos**	**Monto**	**Resultados esperados**	**Año 1**		**Año 2**		**Año 3**		**Año 4**		**Año 5**	
						Semestre 1	**Semestre 2**	**Semestre 1**	**Semestre 2**	**Semestre 1**	**Semestre 2**	**Semestre 1**	**Semestre 2**	**Semestre 1**	**Semestre 2**
1	Elaboración del perfil de los intregrantes de UPE	Asociación Cooperativa	Papel, internet e impresora	$10.00	Perfil elaborado										
2	Realizar convocatoria para contratación de personal a través de medios impresos	Asociación Cooperativa	Teléfono, fax,correo electrónico , impresora	$30.00	Publicación de oferta de trabajo										
3	Recepción de curriculum	Asociación Cooperativa	Papel, internet e impresora	$15.00	Obtener base de datos de posibles candidatos										
4	Selección de candidatos a entrevistar	Asociación Cooperativa	Papel, internet e impresora	$5.00	Listado de candidatos a entrevistar										
5	Concertación de entrevista	Asociación Cooperativa	Teléfono, fax,correo electrónico , impresora	$15.00	Confirmación de candidatos a entrevistar										
6	Entrevista con candidatos	Asociación Cooperativa	Instalaciones y papel	$15.00	Selección de personal a contratar										
7	Contratación de personal	Asociación Cooperativa	Papel e impresora	$42,000.00	Contratación de un Coordinador y un técnico.										
	Total Inversión			**$42,090.00**											

No.2 **Estrategia:** **Objetivo:**		Creación de alianzas con el sector hotelero restaurantes y gobierno local Dar a conocer una nueva alternativa de ecoturismo en el cantón las Bermudas municipio de Suchitoto														
No	**Actividades**	**Responsables**	**Recursos**	**Monto**	**Resultados esperados**	**Año 1**		**Año 2**		**Año 3**		**Año 4**		**Año 5**	
						Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2
1	Establecer fecha, horario, lugar para la realización de reunión	Unidad de Proyección Empresarial (UPE)	Turicentro, transporte.	$10.00	Tener fecha, hora y lugar listo para la reunión.										
2	Concertar reunión con representantes de los sectores involucrados	UPE	Teléfono, fax,correo electrónico e impresora	$35.00	Captar la atención de los representantes de los sectores involucrados										
3	Confirmar asistencia de la reunión	UPE	Teléfono, fax,correo electrónico e impresora	$15.00	Asistencia confirmada										
4	Elaborar propuesta para la reunión	UPE	Correo electrónico e impresora	$15.00	Tener propuesta preparada										
5	Reunión con los representantes de los sectores	UPE	Lugar de reunión(Centro Recreativo) y refrigerios	$50.00	Entidades interesadas en pactar alianzas										
6	Elaboración del documento para el convenio	UPE	Correo electrónico e impresora	$15.00	Convenio elaborado										
7	Celebración de convenio entre los participantes	UPE y los involucrados	Papelería, refrigerios	$70.00	Celebración del convenio										
	Total Inversión			**$210.00**											

No.3

Estrategia: Crear vínculos con el sector estudiantil de educación media y superior relacionado con el área socio-cultural y medio ambiental.

Objetivo: Promover las raices culturales de El Salvador a las nuevas generaciones salvaguardando los recursos naturales

No	Actividades	Responsables	Recursos	Monto	Resultados esperados	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
						Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2
1	Identificar los Centros Educativos que puedan catalogarse como clientes potenciales	UPE	Recurso humano	$500.00	Concertar fecha para cita										
2	Contactar a las autoridades de Centros Educativos de nivel medio y superior c/mes	UPE	Teléfono, fax,correo electrónico e impresora	$900.00	Concertar fecha para cita										
3	Visita del delegado de UPE a Centros educativos trimestral	UPE	Transporte y material audio visual y artículos promocionales (lápiz , brochuer,folders,etc.)	$700.00	Asegurar ingresos para el turicentro para el segundo semestre del año.										
4	Visita de encargados de Centros educativos al Centro Recreativo trimestralmente	UPE	Transporte y material audio visual y artículos promocionales (lápiz , brochuer,folders,etc.)	$2,000.00	Confirmar contratos										
	Total Inversión			**$4,100.00**											

No.4

Estrategia: Creación de nuevos nichos de venta de tilapia como restaurante , hostales y comercio en mercado municipal de Suchitoto.

Objetivo: Expandir la comercialización de la tilapia a nuevos nichos de mercado

No	Actividades	Responsables	Recursos	Monto	Resultados esperados	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
						Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2
1	Delimitación del mercado meta	UPE	Papelería, transporte.	$100.00	Identificar mercado meta										
2	Elaboración de mapa de nuevos nichos de mercado	UPE	Papelería	$50.00	Creación de ruta de venta										
3	Visita a clientes potenciales	UPE	Papelería, transporte.	$500.00	Establecer relaciones comerciales										
4	Elaboración de cartera de clientes	UPE	Papelería y PC	$250.00	Cartera de cliente										
5	Recepción de pedidos	UPE	Papelería, internet	$1,200.00	Colocación de producto										
	Total Inversión			**$2,100.00**											

No.5

Estrategia: Creación de rutas eco turísticas a lugares aledaños a la zona

Objetivo: Fomentar la conservación de la riqueza cultural y ambiental del Centro Recreativo

No	Actividades	Responsables	Recursos	Monto	Resultados esperados	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
						Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2
1	Solicitar apoyo a CONCULTURA para la asistencia de un especialista para el levantamiento de información	UPE	Transporte, teléfono, papelería	$100.00	Apoyo de especialista										
2	Inventario del patrimonio cultural de la zona del proyecto	Especialista	Computadora, alimentación, cámara,	$100.00	Visualización de las rutas potenciales										
3	Creación y señalización de senderos	UPE y cuadrilla de limpieza	Rótulos(madera,pintura,clavos,lazo,bambú,machete)	$1,200.00	Rutas seguras y accesibles para el fomento del eco turismo										
4	Creación del perfil de guía turístico	UPE	Papelería, computadora, impresora, fotocopiadora	$25.00	Perfil de guía turístico										
5	Selección y contratación de guía turístico	UPE	Papelería, computadora, impresora, fotocopiadora	$12,010.00	Guías turísticos										
	Total Inversión			**$13,435.00**											

No.6

Estrategia: Crear productos promocionales para el Centro Recreativo Las Américas tales como la creación de la página web, brochures, rótulos y vallas publicitarias.

Objetivo: Incrementar la demanda eco turística al Turicentro

No	Actividades	Responsables	Recursos	Monto	Resultados esperados	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
						Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2
1	Creación de página Web	UPE /Técnico en Diseño Gráfico	Computadora, Software, internet,impresora, papel	$500.00	Página Web										
2	Elaboración de volantes informativos	UPE /Técnico en Diseño Gráfico	Computadora, Software, internet,impresora, papel	$250.00	250 Volantes informativos										
3	Elaboración de brochures	UPE /Técnico en Diseño Gráfico	Computadora, Software, internet,impresera, papel	$250.00	200 Brochures										
4	Diseño de artículos promocionales (lápices,llaveros,camisas ,gorras, tazas)	UPE	Proveedor	$500.00	Artículos promocionales (lápices,llaveros,camisas,gorras, tazas)										
5	Elaboración de rótulos	UPE	Proveedor	$150.00	Rótulos publicitarios										
6	Diseño de banners	UPE	Proveedor	$30.00	Banners										
7	Elaboración de vallas	UPE	Proveedor	$1,000.00	vallas publicitarias										
	Total Inversión			**$2,680.00**											

No.7

Estrategia: Creación de comites de seguridad rural para el tramo entre la cerretera principal y el Centro Recreativo

Objetivo: Brindar seguridad en la estadia a los visitatentes del turicentro

No	Actividades	Responsables	Recursos	Monto	Resultados esperados	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
						Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2
1	Crear un mapa de delincuencia de los alrededores del Centro Recreativo	UPE	Computadora, papel, internet	$30.00	Mapa del lupar turístico										
2	Concertar reunión con autoridades del POLITUR	UPE	Papelería, transporte	$50.00	Apoyo de la POLITUR										
3	Elaborar de propuesta de plan de seguridad	UPE/ Cooperativa	Papelería	$25.00	Seguridad para las personas visitantes del Centro Recreativo										
4	Reunión con autoridades de POLITUR	UPE/ Cooperativa	Personal POLITUR, teléfono, transporte	$150.00	Seguridad para las personas visitantes del Centro Recreativo										
5	Creación de perfil para la comisión de seguridad comunal	UPE/ Cooperativa	Papelería	$15.00	Elaboración de perfil										
6	Selección de candidatos para conformar el comité de seguridad	UPE/ Cooperativa	Cooperativa y población aledaña al turicentro	$10.00	Seguridad para las personas visitantes del Centro Recreativo										
7	Compra de herramientas y utensilios para la vigilancia	UPE/ Cooperativa	Lámparas, cafetera, machetes,silvatos.	$300.00	Comité de seguridad equipado										
	Total Inversión			**$580.00**											

No.8

Estrategia: Remodelación de infraestructura para una ambientación más familiar y espacios para grupos empresariales.

Objetivo: Propiciar un espacio de disfrute de toda la familia en contacto con la naturaleza y la cultura

No	Actividades	Responsables	Recursos	Monto	Resultados esperados	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
						Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2
1	Compra de utensilios para la limpieza	UPE	Transporte	$500.00	Mantener salubridad del lugar										
2	Señalización para mantener limpio el Centro Recreativo	UPE	Transporte	$100.00	Promover cultura de higiene a los visitantes										
3	Contactar estudiantes de artes en servicio social de la UES para mejorar la ambientación y decoración del lugar	UPE	Teléfono,papelería, transporte,alimentación	$50.00	Participación de los estudiante										
4	Visita de los estudiantes al turicentro para elaborar propuestar de remodelación.	UPE y estudiantes de artes en servicio social de la UES	Papelería, transporte,alimentación	$1,000.00	Propuestas de remodelación										
5	Remodelación de baños y desvestideros.	UPE, trabajadores y estudiantes	Material de construcción, albañiles, pintura, soldadores, electricistas	$1,000.00	Remodelación de fachada de baños y desvestideros.										
6	Remodelación de fachada del Centro Recreativo	UPE, trabajadores y estudiantes	Material de construcción, albañiles, pintura, soldadores, electricistas	$1,000.00	Remodelación de fachada del Centro Recreativo										
7	Remodelación de merendero	UPE, trabajadores y estudiantes	Material de construcción, albañiles, pintura, soldadores, electricistas	$1,500.00	Remodelación de merendero										
8	Remodelación de parqueo del Centro Recreativo	UPE, trabajadores y estudiantes	Material de construcción, albañiles, pintura, soldadores, electricistas	$2,000.00	Remodelación de parqueo del Centro Recreativo										
9	Remodelación del estanque de tilapias ubicado en la entrada del turicentro	UPE, trabajadores y estudiantes	Material de construcción, albañiles, pintura, soldadores, electricistas	$1,000.00	Remodelación del estanque de tilapias ubicado en la entrada del turicentro										
	Total Inversión			**$8,150.00**											

No.9

Estrategia: Capacitación periódica al personal existente.

Objetivo: Poseer personal altamente capacitado que brinde calidad en el servicio al cliente.

No	Actividades	Responsables	Recursos	Monto	Resultados esperados	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
						Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2
1	Gestionar y dar seguimiento de capacitaciones en el área de saneamiento e higiene con el Ministerio de Salud Pública.	UPE	Teléfono, papelería, transporte.	$550.00	Personal capacitado en el área de saneamiento e higiene										
2	Gestionar y dar seguimiento de capacitaciones en el área de atención al cliente por parte del MITUR.	UPE	Teléfono, papelería, transporte y refrigerios.	$2,500.00	Personal capacitado en el área de atención al cliente.										
3	Gestionar y dar seguimiento de capacitaciones en el área de historia y cultura de la región por medio de CONCULTURA.	UPE	Teléfono, papelería, transporte y refrigerios.	$500.00	Personal capacitado en el fomento de la historia y cultura.										
4	Contratación de Técnico de alimentos para capacitar al personal de cocina	UPE	Teléfono,papelería, transporte.	$450.00	Personal de cocina capacitado										
5	Elaboración del manual de seguridad e higiene en el lugar de trabajo	UPE	Computadora, internet,impresora, papel	$200.00	Manual de seguridad e higiene en el lugar de trabajo										
	Total Inversión			**$4,200.00**											

No.10

Estrategia: Mejora de las vías de acceso de la entrada del Cantón al Turicentro

Objetivo: Captar la atencion de las autoridades tanto del MOP como de la Alcaldia de Suchitoto para lograr el mejoramiento de vias de acceso.

No	Actividades	Responsables	Recursos	Monto	Resultados esperados	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
						Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2
1	Preparar un plan de reparación de vías de acceso	UPE	Teléfono,papelería, transporte.	$30.00	Concertar citas para reuniones con MOP Y Alcaldía de Suchitoto										
2	Contactar autoridades del MOP y la Alcadía de Suchitoto para concertar reunión	UPE	Teléfono,papelería, transporte.	$100.00	Concertar citas para reuniones con MOP Y Alcaldía de Suchitoto										
3	Presentar plan de reparación para su revisión , aprobación y firma de acuerdos.	UPE, MOP y la Alcaldía de Suchitoto	Teléfono,papelería, transporte.	$200.00	Firma de acuerdos										
4	Cotización de materiales de construcción	UPE	Teléfono,papelería, transporte.	$50.00	Selección de proveedores										
5	Compra de utensilios y equipo de trabajo para reparación de vías de acceso	UPE	Materiales de construcción	$5,000.00	Contar con herramientasde trabajo										
6	Selección y organización de cuadrilla de trabajo de la población aledaña	UPE Alcaldía y MOP	Teléfono,papelería.	$30.00	Organización y selección de cuadrilla de trabajo										
7	Puesta en marcha del plan de reparación de vías de acceso	UPE Alcaldía y MOP	Recurso humano y material	$3,000.00	Reparación de vías de acceso										
	Total Inversión			**$8,410.00**											

No.11

Estrategia: Crear servicio de transporte en horarios especiales

Objetivo: Brindar mayores opciones de transporte para facilitar la visita de los turista al Centro Recreativo.

Actividades	Responsables	Recursos	Monto	Resultados esperados	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
					Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2
Elaborar un estudio de factibilidad sobre la creación del servicio de transporte hacia el Centro Recreativo	UPE y Junta Directiva	Teléfono,papelería, transporte.	$300.00	Estudio de factibilidad										
Cotiazación de dos moto taxis	UPE y Junta Directiva	Teléfono,papelería, transporte.	$50.00	Selección de proveedores										
Compra de dos moto taxis paratrasporte de visitantes de desvio al turicentro.	UPE y Junta Directiva	Teléfono,papelería, transporte.	$1,500.00	Adquisición de moto taxi para el transporte de visitantes del Turicentro										
Cotiazación de microbus	UPE y Junta Directiva	Teléfono,papelería, transporte.	$50.00	Selección de proveedores										
Compra de microbus para el transporte de visitantes del Turicentro	UPE y Junta Directiva	Teléfono,papelería, transporte.	$1,500.00	Adquisición de microbus para el transporte de visitantes del Turicentro										
Total Inversión			**$3,400.00**											

No.12

Estrategia: Construcción de cancha deportiva, vivero , kiosko para la venta de medicina natural y acondicionamiento de merendero para salón de usos múltiples.

Objetivo: Diversificación de los servicios que ofrece el Turicentro aprovechando los recursos naturales con los que cuenta y el amplio espacio que posee.

No	Actividades	Responsables	Recursos	Monto	Resultados esperados	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
						Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2
1	Cotización de materiales de construcción de vivero	UPE bajo aprobación Junta Directiva	Teléfono, papelería, transporte.	$50.00	Selección de proveedores										
2	Compra de materiales para la construcción de vivero	UPE bajo aprobación Junta Directiva	Teléfono, papelería, transporte.	$600.00	Compra de materiales										
3	Contratación de obreros y maestro de obra.	UPE bajo aprobación Junta Directiva	Teléfono.	$200.00	Construcción de vivero										
4	Cotización de materiales de construcción de cancha deportiva	UPE bajo aprobación Junta Directiva	Teléfono, papelería, transporte.	$50.00	Selección de proveedores										
5	Compra de materiales para la construcción de cancha deportiva	UPE bajo aprobación Junta Directiva	Teléfono, papelería, transporte.	$4,000.00	Compra de materiales										
6	Contratación de obreros y maestro de obra.	UPE bajo aprobación Junta Directiva	Teléfono.	$1,000.00	Construcción cancha deportiva										
7	Cotización de materiales de construcción de kiosko	UPE bajo aprobación Junta Directiva	Teléfono, papelería, transporte.	$50.00	Selección de proveedores										
8	Compra de materiales de construcción para kiosko	UPE bajo aprobación Junta Directiva	Teléfono, papelería, transporte.	$2,000.00	Compra de materiales										
9	Contratación de obreros y maestro de obra.	UPE bajo aprobación Junta Directiva	Teléfono.	$1,000.00	Construcción de salón de usos múltiples										
10	Cotización de materiales de construcción para remodelación de merendero.	UPE bajo aprobación Junta Directiva	Teléfono, papelería, transporte.	$50.00	Selección de proveedores										
11	Compra de materiales de construcción para remodelación de merendero.	UPE bajo aprobación Junta Directiva	Teléfono, papelería, transporte.	$5,000.00	La construcción de salón de usos múltiples.										
12	Contratación de obreros y maestro de obra.	UPE bajo aprobación Junta Directiva	Teléfono.	$1,500.00	Remodelacion de merendero para salón de usos múltiples										
	Total Inversión			**$15,500.00**											

No.13

Estrategia: Establecer tarifas de precios de acuerdo a las diferentes temporadas del año.

Objetivo: Aumentar la afluencia de turistas através de la creación de diferentes promociones a las diferentes personas que visitan el Turicentro.

No	Actividades	Responsables	Recursos	Monto	Resultados esperados	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
						Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2
1	Estandarización de precios para los artículos que se ofrecen en alquiler al cliente	UPE	Papelería, computadora.	$10.00	Precios estándares										
2	Crear paquetes de precios especiales para estudiantes con carnet	UPE	Papelería, computadora.	$10.00	Incremento la visita de centros de estudio.										
3	Diseñar promociones para grupos mayores de cinco personas	UPE	Papelería, computadora.	$10.00	Incremento de los visitantes al Turicentro										
4	Promoción de paquete "todo incluido".	UPE	Papelería, computadora.	$10.00	Incremento de los visitantes al Turicentro										
5	Elaborar paquetes para centros educativos y propiciar el enriquecimiento cultural y medio ambiental de las nuevas generaciones	UPE	Papelería, computadora.	$10.00	Incremento la visita de centros de estudio.										
6	Ofrecer paquetes especiales para grupos empresariales	UPE	Papelería, computadora.	$10.00	Incremento la visita de empresas.										
	Total Inversión			**$60.00**											

9. Costo de implementación de plan estratégico.

No.	ESTRATEGIA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL PRESUPUESTO
1	Creación de la Unidad de Proyección Empresarial (UPE)	$8,400.00	$8,400.00	$8,400.00	$8,400.00	$8,400.00	**$42,000.00**
2	Creación de alianzas con el sector hotelero restaurantes y gobierno local	$210.00					**$210.00**
3	Crear vínculos con el sector estudiantil de educación media y superior relacionado con el área socio-cultural y medio ambiental.	$820.00	$820.00	$820.00	$820.00	$820.00	**$4,100.00**
4	Creación de nuevos nichos de venta de tilapia como restaurante , hostales y comercio en mercado municipal de Suchitoto.	$540.00	$390.00	$390.00	$390.00	$390.00	**$2,100.00**
5	Creación de rutas eco turísticas a lugares aledaños a la zona	$200.00	$3,335.00	$3,300.00	$3,300.00	$3,300.00	**$13,435.00**
6	Crear productos promocionales para el Centro Recreativo Las Américas tales como la creación de la página web, brochure, rótulos y vallas publicitarias.	$530.00	$500.00	$500.00	$150.00	$1,000.00	**$2,680.00**
7	Creación de comites de seguridad rural para el tramo entre la cerretera principal y el Centro Recreativo		$580.00				**$580.00**
8	Remodelación de infraestructura para una ambientación más familiar y espacios para grupos empresariales.	$2,650.00	$2,500.00	$1,000.00	$2,000.00		**$8,150.00**
9	Capacitación periódica al personal existente.	$1,350.00	$600.00	$700.00	$850.00	$700.00	**$4,200.00**
10	Mejora de las vías de acceso de la entrada del Cantón al Turicentro		$30.00	$5,350.00	$1,530.00	$1,500.00	**$8,410.00**
11	Crear servicio de transporte en horarios especiales				$300.00	$3,100.00	**$3,400.00**
12	Construcción de cancha deportiva, vivero , kiosko para la venta de medicina natural y acondicionamiento de merendero para salón de usos múltiples.	$850.00	$5,050.00	$3,050.00		$6,550.00	**$15,500.00**
13	Establecer tarifas de precios de acuerdo a las diferentes temporadas del año.	$60.00					**$60.00**
	MONTO PRESUPUESTADO	**$15,610.00**	**$22,205.00**	**$23,510.00**	**$17,740.00**	**$25,760.00**	**$104,825.00**

10. Seguimiento y control. (Ejemplo de desarrollo).

	No.1 **Estrategia:** **Objetivo:**	Creación de alianzas con el sector hotelero restaurantes y gobierno local Dar a conocer una nueva alternativa de ecoturismo en el cantón las Bermudas municipio de Suchitoto														**Seguimiento y control**		
No	**Actividades**	**Responsables**	**Recursos**	**Monto**	**Resultados esperados**	**Año 1**		**Año 2**		**Año 3**		**Año 4**		**Año 5**		**Fecha de Seguimiento**	**¿Se Cumplió?**	
						Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2	Semestre 1	Semestre 2		**Resultados esperados**	**Período**
1	Concertar reunión con representantes de los sectores involucrados	Unidad de Proyección Empresarial (UPE)	Teléfono, fax,correo electrónico e impreso	$35.00	Captar la atención de los representantes de los sectores involucrados													
2	Reunión con los representantes de los sectores	UPE	Lugar de reunión(Centro Recreativo) y refrigerios	$50.00	Entidades interesadas en pactar alianzas													
3	Creación de convenio entre los participantes	UPE y los involucrados	Papelería, refrigerios	$70.00	Celebración del convenio													
		Total Inversión		**$155.00**														

11. Estudio Económico de La Propuesta de Plan Estratégico para El Centro Recreativo Las Américas.

a) Capacidad instalada del Centro Recreativo Las Américas.

Contribuyendo a cumplir el propósito fundamental de crear las condiciones necesarias para que el Centro recreativo incremente sustancialmente sus ingresos y de esta manera pueda ser sostenible en el tiempo, se utilizo el Método de Mínimos Cuadrados, el cual se realizo con información histórica proporcionada por las autoridades del Centro recreativo sobre la demanda que ha tenido cuatro años atrás la compra de Tilapia, y que sirvió de base para los cálculo respectivo.

Descripción	Número de elementos	Capacidad de albergar turistas
Mesas	30	150
Sillas	5	
Merendero		
Mesas	12	48
Bancas	4	
Parqueo	40	

Actualmente el Centro Recreativo Las Américas cuenta con un área total 500 mts 2 con la capacidad de atender de manera óptima un aproximado de198 a 200 personas al mes en sus instalaciones, se estima que si diariamente el Centro Recreativo atiende a una población de 7 personas la cual podría incrementarse con la creación de la Unidad Proyección Empresarial, ésta se encargaría de la puesta en marcha de las diferentes estrategias orientadas a la promoción y publicidad del Centro Recreativo.

b) Demanda potencial de turistas.

Bajo el supuesto que son 200 personas que frecuentan al Turicentro mensualmente y anualmente crean un total de 2400 personas, se elabora la proyección de la demanda futura que el Centro Recreativo, tendrá para el año 2011, así como la demanda para los periodos 2012 al 2015, período en el cual se pondrá en marcha el plan estratégico propuesta y así tener una idea de los recursos que se deben obtener para darle un buen servicio al turista para que este se sienta satisfecho y promueva de una mejor manera la imagen del turicentro.

Cabe recalcar que para la proyección de la demanda se utilizo el Método de Mínimos Cuadrados, el cual se realizo por información histórica sobre la demanda que ha tenido cuatro años atrás, proporcionada por las autoridades del Centro recreativo y que sirvió de base para el cálculo respectivo.

c) Cálculo de la demanda potencial para el año 2011.

Años	Miles	Tiempo X	X Y	X^2	Y^2
2007	2700	1	2700	1	7290000
2008	2800	2	5600	4	7840000
2009	2600	3	7800	9	6760000
2010	2800	4	11200	16	7840000
2011					
TOTALES	**10900**	**10**	**27300**	**30**	**29730000**

FORMULA: $b = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{n\sum x^2 - \left(\sum x\right)^2}$ y $a = y - bx$, y $a = \frac{\sum x^2 \sum y - \sum x \sum xy}{n\sum x^2 - \left(\sum x\right)^2}$

obtener el valor de a así: $a = y - bx$

Sustituyendo valores:

$$B = \frac{5\,(27300) - (10)\,(10900)}{5\,(30) - (10)^2} = \frac{27500}{50} = B = 550$$

Y en donde A:

$$A = \frac{10900 - 10\,(550)}{5} = \frac{5400}{5} = A = 1080$$

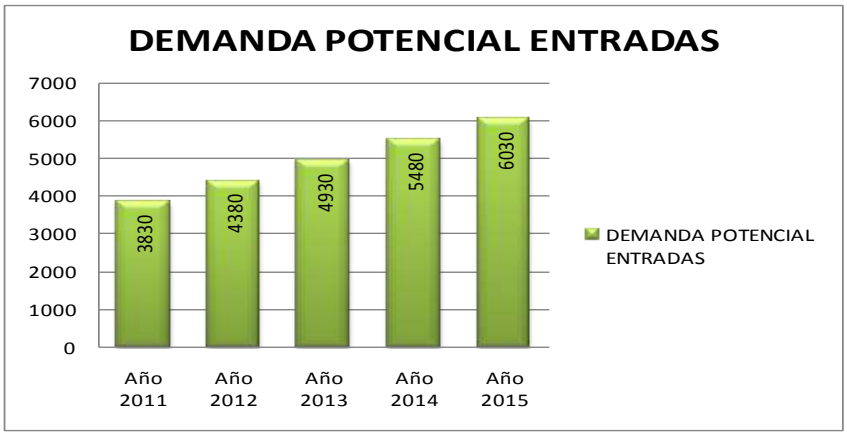
Sustituyendo en fórmula: **y = a + bx**

$$Y = 1080 + 550\,(5) = 3{,}830$$

Se estima que se tendrá un leve incremento en la demanda turística para el año 2011, ya que de un promedio de 200 turistas que visitan mensualmente el Centro Recreativo este aumenta en 319, y para el 2015 un numero de 503 turistas, permitiendo visualizar el incremento de los elementos que alquila dicho turicentro para complacer al turista, verificando que tipos de gastos incurrirá para la atención de dicha demanda y así mejorar los ingresos del Centro recreativo.

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL ENTRADAS	MENSUAL
Año 2011	**3830**	**319**
Año 2012	**4380**	**365**
Año 2013	**4930**	**411**
Año 2014	**5480**	**457**
Año 2015	**6030**	**503**

Demanda potencial que va en incremento de acuerdo a la implementación de estrategias propuestas como se puede observar el la grafica siguiente:



d) Demanda potencial de venta de tilapia.

Bajo el supuesto que en los últimos cuatro años la venta anual de la Tilapia oscila entre $ 10,950 al año en ventas realizadas a turistas que gustan de este pez, se elabora la proyección de la demanda futura en cuanto a la producción que el Centro Recreativo, tendrá para el año 2011, así como la demanda de este pez para el periodo 2012 al 2015 en que se pondrá en marcha el plan estratégico propuesto y así tener una visión de los recursos a obtener para darle un buen mantenimiento a los estanques en donde se cría la tilapia, además, mantener un inventario adecuado de esta especie para ofrecer al turista que desee comprar este producto.

e) Cálculo de la demanda potencial de venta de tilapia para el año 2011.

Años	Miles	Tiempo X	X Y	X^2	Y^2
2007	$ 10,800.00	1	10800	1	116640000
2008	$ 11,000.00	2	22000	4	121000000
2009	$ 10,000.00	3	30000	9	100000000
2010	$ 12,000.00	4	48000	16	144000000
2011					
TOTALES	**$ 43,800.00**	**10**	**110800**	**30**	**481640000**

NOTA: los datos proporcionados son montos en concepto de venta de tilapia el precio de cada libra es de $ 2.00 eso quiere decir que para el 2007 se vendieron 5400 libras con un precio total de $ 10,800.

Sustituyendo valores:

$$B = \frac{5\,(110{,}800) - (10)\,(43{,}800)}{5\,(30) - (10)^2} = \frac{116{,}000}{50} = B = 2{,}320$$

Y en donde A:

$$A = \frac{43{,}800 - 10\,(2{,}320)}{5} = \frac{20{,}600}{5} = A = 4{,}120$$

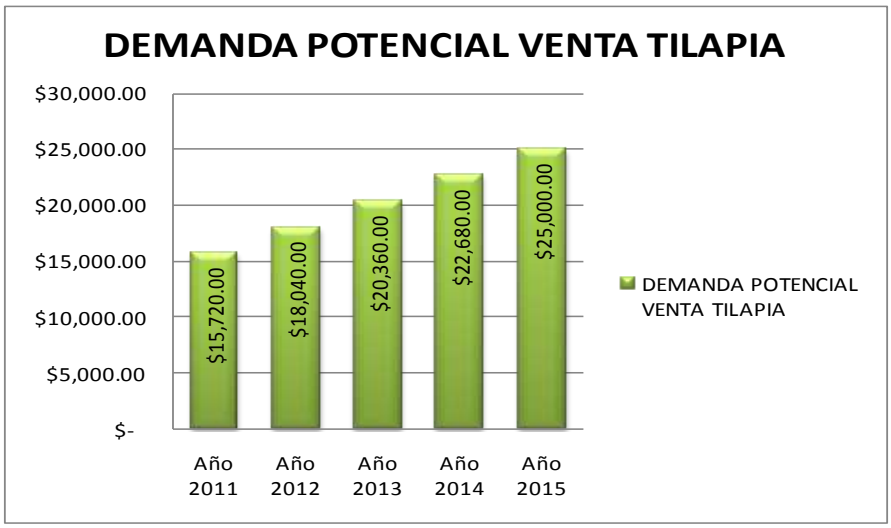
Sustituyendo en fórmula: **$y = a + bx$**

$$y = 4{,}120 + 2{,}320\,(5) = 15{,}720$$

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL VENTA TILAPIA	MENSUAL
Año 2011	$ 15,720.00	$1,310
Año 2012	$ 18,040.00	$1,503
Año 2013	$ 20,360.00	$1,697
Año 2014	$ 22,680.00	$1,890
Año 2015	$ 25,000.00	$2,083

Se estima que se tendrá un leve incremento en la demanda de venta de tilapia para el año 2011, ya que de un promedio de $ 1,310 en concepto de venta de tilapia al mes a los turistas que visitan el Centro Recreativo, la venta de este aumenta en $15,720 para el año 2011, y para el 2015 un incremento en la producción de $ 25,000, permitiendo visualizar el incremento en la producción de este pez, para complacer el gusto del turista, verificando que tipos de gastos incurrirá para la el mantenimiento de los estanques y así mejorar los ingresos del Centro recreativo.

Demanda potencial de la venta de Tilapia que va en incremento de acuerdo a la implementación de estrategias propuestas como se puede observar el la grafica siguiente:



f) Proyección financiera 2011-2015

PRESUPUESTO DE VENTA																				
			AÑO 2011			AÑO 2012				AÑO 2013				AÑO 2014				AÑO 2015			
	Cantidad	Precio	Total Mensual		Total Anual	Cantidad	Total Mensual		Total Anual	Cantidad	Total Mensual		Total Anual	Cantidad	Total Mensual		Total Anual	Cantidad	Total Mensual		Total Anual
Servicios en Turicentro																				
Entradas	319	$ 1.50	$ 478.50	12	$ 5,742.00	365	$ 547.50	12	$ 6,570.00	411	$ 616.50	12	$ 7,398.00	457	$ 685.50	12	$ 8,226.00	503	$ 754.50	12	$ 9,054.00
Restaurante	80	$ 3.00	$ 240.00	12	$ 2,880.00	200	$ 600.00	12	$ 7,200.00	250	$ 750.00	12	$ 9,000.00	275	$ 825.00	12	$ 9,900.00	300	$ 900.00	12	$ 10,800.00
Parqueo	20	$ 1.00	$ 20.00	12	$ 240.00	40	$ 40.00	12	$ 480.00	45	$ 45.00	12	$ 540.00	50	$ 50.00	12	$ 600.00	55	$ 55.00	12	$ 660.00
Alquiler															$ -						
Mesa y Sillas	150	$ 2.00	$ 300.00	12	$ 3,600.00	175	$ 350.00	12	$ 4,200.00	200	$ 400.00	12	$ 4,800.00	250	$ 500.00	12	$ 6,000.00	275	$ 550.00	12	$ 6,600.00
Glorieta	25	$ 8.00	$ 200.00	12	$ 2,400.00	30	$ 240.00	12	$ 2,880.00	35	$ 280.00	12	$ 3,360.00	40	$ 320.00	12	$ 3,840.00	50	$ 400.00	12	$ 4,800.00
Hamaca	80	$ 1.00	$ 80.00	12	$ 960.00	100	$ 100.00	12	$ 1,200.00	125	$ 125.00	12	$ 1,500.00	150	$ 150.00	12	$ 1,800.00	200	$ 200.00	12	$ 2,400.00
Venta de Productos																					
Tilapias			$ 1,310.00	12	$ 15,720.00		$ 1,503.00	12	$ 18,036.00		$ 1,697.00	12	$ 20,364.00		$ 1,890.00	12	$ 22,680.00		$ 2,083.00	12	$ 24,996.00
Plantas			$ 150.00	12	$ 1,800.00		$ 300.00	12	$ 3,600.00		$ 350.00	12	$ 4,200.00		$ 400.00	12	$ 4,800.00		$ 450.00	12	$ 5,400.00
Total de Ventas					**$ 33,342.00**				**$ 44,166.00**				**$ 51,162.00**				**$ 57,846.00**				**$ 64,710.00**
Costo de Ventas			$ 200.00	12	$ 2,400.00		$ 250.00	12	$ 3,000.00		$ 300.00	12	$ 3,600.00		$ 400.00	12	$ 4,800.00		$ 450.00	12	$ 5,400.00

PROYECCIÓN DE INGRESOS

Tomando como base la demanda estimada del Centro Recreativo y las ventas de otros productos como la tilapia y ventas del vivero para el período 2011-2015, fue posible realizar una proyección de ingresos para dicho lapso de tiempo y tener una mejor visualización de las entradas para el Turicentro.

PROYECCIÓN DE GASTOS

De igual manera los gastos que se han estimado son los que permitirán llevar a cabo las estrategias planteadas cubriendo el rubro de personal, gastos de funcionamiento y otros gastos. Además se muestra el detalle de la proyección de honorarios y por salarios así como las prestaciones que se pagarán en cada año.

	Personal Empleados	Mensual		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
1	Cocinera	$ 210.00	12	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	**$ 12,600.00**
2	Jardinero y mtto	$ 210.00	12	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	**$ 12,600.00**
3	Cajero	$ 210.00	12	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	**$ 12,600.00**
4	Atención al cliente	$ 210.00	12	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	**$ 12,600.00**
5	Atención al cliente	$ 210.00	12			$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	**$ 7,560.00**
6	Producción de tilapias	$ 210.00	12	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	**$ 12,600.00**
7	Producción de tilapias	$ 210.00	12			$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	**$ 7,560.00**
8	Coordinador	$ 400.00	12	$ 4,800.00	$ 4,800.00	$ 4,800.00	$ 4,800.00	$ 4,800.00	**$ 24,000.00**
9	Técnico	$ 300.00	12	$ 3,600.00	$ 3,600.00	$ 3,600.00	$ 3,600.00	$ 3,600.00	**$ 18,000.00**
10	Guías Turísticos	$ 160.00	12	$ 1,920.00	$ 1,920.00	$ 1,920.00	$ 1,920.00	$ 1,920.00	**$ 9,600.00**
	TOTAL PERSONAL	$ 2,330.00		**$ 22,920.00**	**$ 22,920.00**	**$ 27,960.00**	**$ 27,960.00**	**$ 27,960.00**	**$ 129,720.00**

	Personal Empleados	Mensual		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
1	Cocinera	$ 210.00	12	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	**$ 12,600.00**
2	Jardinero y mtto	$ 210.00	12	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	**$ 12,600.00**
3	Cajero	$ 210.00	12	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	**$ 12,600.00**
4	Atención al cliente	$ 210.00	12	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	**$ 12,600.00**
5	Atención al cliente	$ 210.00	12			$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	**$ 7,560.00**
6	Producción de tilapias	$ 210.00	12	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	**$ 12,600.00**
7	Producción de tilapias	$ 210.00	12			$ 2,520.00	$ 2,520.00	$ 2,520.00	**$ 7,560.00**
8	Coordinador	$ 400.00	12	$ 4,800.00	$ 4,800.00	$ 4,800.00	$ 4,800.00	$ 4,800.00	**$ 24,000.00**
9	Técnico	$ 300.00	12	$ 3,600.00	$ 3,600.00	$ 3,600.00	$ 3,600.00	$ 3,600.00	**$ 18,000.00**
10	Guías Turísticos	$ 160.00	12	$ 1,920.00	$ 1,920.00	$ 1,920.00	$ 1,920.00	$ 1,920.00	**$ 9,600.00**
	TOTAL PERSONAL	$ 2,330.00		**$ 22,920.00**	**$ 22,920.00**	**$ 27,960.00**	**$ 27,960.00**	**$ 27,960.00**	**$ 129,720.00**

Gastos de funcionamiento	Mensual		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Energía eléctrica	$ 250.00	12	$ 3,000.00	$ 3,000.00	$ 3,000.00	$ 3,000.00	$ 3,000.00	**$ 15,000.00**
Teléfono e internet	$ 55.00	12	$ 660.00	$ 660.00	$ 660.00	$ 660.00	$ 660.00	**$ 3,300.00**
Papelería	$ 75.00	12	$ 900.00	$ 900.00	$ 900.00	$ 900.00	$ 900.00	**$ 4,500.00**
TOTAL			**$ 4,560.00**	**$ 4,560.00**	**$ 4,560.00**	**$ 4,560.00**	**$ 4,560.00**	**$ 22,800.0**

Otros Gastos	Mensual		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Equipo de limpieza(palas, escobas, desinfectantes, trapeadores,manteles, bolsas, etc)	$ 600.00		$ 600.00	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 600.00
Fax	$ 120.00		$ 120.00	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 120.00
Computadora	$ 600.00		$ 600.00	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 600.00
Impresora	$ 35.00		$ 35.00	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 35.00
Escritorios	$ 280.00		$ 280.00	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 280.00
Sillas	$ 60.00		$ 60.00	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 60.00
Archivo	$ 50.00		$ 50.00	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 50.00
Oasis	$ 120.00		$ 120.00	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 120.00
Utencilios de oficina	$ 30.00		$ 30.00	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 30.00
Báscula	$ 50.00		$ 50.00	$ -	$ -	$ -	$ -	$ 50.00
Combustible			$ 1,500.00	$ 1,500.00	$ 1,500.00	$ 1,500.00	$ 1,500.00	$ 7,500.00
Visibilidad de senderos			$ 240.00	$ 240.00	$ 240.00	$ 240.00	$ 240.00	$ 1,200.00
Publicidad			$ 530.00	$ 500.00	$ 500.00	$ 150.00	$ 1,000.00	$ 2,680.00
Utencilios de seguridad				$ 200.00	$ 50.00	$ 50.00	$ 50.00	$ 350.00
Remodelación de infraestructura			$ 3,500.00	$ 7,550.00	$ 4,050.00	$ 2,000.00	$ 6,550.00	$ 23,650.00
Capacitaciones			$ 1,350.00	$ 600.00	$ 700.00	$ 850.00	$ 700.00	$ 4,200.00
Remodelación de villas de calle				$ 30.00	$ 5,350.00	$ 1,530.00	$ 1,500.00	$ 8,410.00
Compra de vehículos						$ 300.00	$ 1,500.00	$ 1,800.00
TOTAL			**$ 9,065.00**	**$ 10,620.00**	**$ 12,390.00**	**$ 6,620.00**	**$ 13,040.00**	**$ 51,735.00**

PROYECCION DE GASTOS DE PERSONAL					
CENTRO RECREATIVO LAS AMERICAS					
HONORARIOS SERVICIOS PROFESIONALES			MENSUAL		
NOMBRE	**MESES**	**Puestos**	SALARIO	SUELDO	TOTAL **12 MESES**
				Anual	
Guías Turísticos	**12**	1	$ 160.00	$ 1,920.00	**$ 1,920.00**
TOTALES			**$ 160.00**	**$ 1,920.00**	**$ 1,920.00**

PROYECCION DE GASTOS DE PERSONAL																	
CENTRO RECREATIVO LAS AMERICAS																	
SUELDOS MAS BENEFICIOS ANUALES			MENSUAL		MENSUAL		MENSUAL		MENSUAL		MENSUAL		MENSUAL				
NOMBRE	MESES	Puestos	SALARIO	SUELDO	ISSS SALUD 7.50% (Maximo 6,000.00)	ISSS	AFP PENSION 6.75% (Sobre ingresos)	AFP	VACACION 30% SOBRE SALARIO DE 15 DIAS	VACACION	AGUINALDO 18 DIAS	AGUINALDO	INDEMNIZACION	INDEMNIZACION	TOTAL PRESTACIONES	TOTAL **12 MESES**
				Anual		Anual		Anual		Anual		Anual		Anual	Anual	
Cocinera	**12**	1	$ 210.00	$ 2,520.00	$ 15.75	$ 189.00	$ 14.18	$ 170.10	$ 2.63	$ 31.50	$ 10.50	$ 126.00	$ 17.50	$ 210.00	$ 726.60	**$ 3,246.60**
Jardinero y mtto	**12**	1	$ 210.00	$ 2,520.00	$ 15.75	$ 189.00	$ 14.18	$ 170.10	$ 2.63	$ 31.50	$ 10.50	$ 126.00	$ 17.50	$ 210.00	$ 726.60	**$ 3,246.60**
Cajero	**12**	1	$ 210.00	$ 2,520.00	$ 15.75	$ 189.00	$ 14.18	$ 170.10	$ 2.63	$ 31.50	$ 10.50	$ 126.00	$ 17.50	$ 210.00	$ 726.60	**$ 3,246.60**
Atención al cliente	**12**	1	$ 250.00	$ 3,000.00	$ 18.75	$ 225.00	$ 16.88	$ 202.50	$ 3.13	$ 37.50	$ 12.50	$ 150.00	$ 20.83	$ 250.00	$ 865.00	**$ 3,865.00**
Atención al cliente	**12**	1	$ 250.00	$ 3,000.00	$ 18.75	$ 225.00	$ 16.88	$ 202.50	$ 3.13	$ 37.50	$ 12.50	$ 150.00	$ 20.83	$ 250.00	$ 865.00	**$ 3,865.00**
Producción de tilapias	**12**	1	$ 220.00	$ 2,640.00	$ 16.50	$ 198.00	$ 14.85	$ 178.20	$ 2.75	$ 33.00	$ 11.00	$ 132.00	$ 18.33	$ 220.00	$ 761.20	**$ 3,401.20**
Producción de tilapias	**12**	1	$ 220.00	$ 2,640.00	$ 16.50	$ 198.00	$ 14.85	$ 178.20	$ 2.75	$ 33.00	$ 11.00	$ 132.00	$ 18.33	$ 220.00	$ 761.20	**$ 3,401.20**
Coordinador	**12**	1	$ 400.00	$ 4,800.00	$ 30.00	$ 360.00	$ 27.00	$ 324.00	$ 5.00	$ 60.00	$ 20.00	$ 240.00	$ 33.33	$ 400.00	$ 1,384.00	**$ 6,184.00**
Técnico	**12**	1	$ 300.00	$ 3,600.00	$ 22.50	$ 270.00	$ 20.25	$ 243.00	$ 3.75	$ 45.00	$ 15.00	$ 180.00	$ 25.00	$ 300.00	$ 1,038.00	**$ 4,638.00**
				$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -	$ -		**$ -**
TOTALES			**$ 2,270.00**	**$ 27,240.00**	**$ 170.25**	**$ 2,043.00**	**$ 153.23**	**$ 1,838.70**	**$ 28.38**	**$ 340.50**	**$ 113.50**	**$ 1,362.00**	**$ 189.17**	**$ 2,270.00**	**$ 7,854.20**	**$ 35,094.20**
Gasto para los años 2011 y 2012 pues se contrató a dos personas más para los años 2013- 2014 - 2015.						$ 1,620.00		$ 1,458.00		$ 270.00		$ 1,080.00		$ 1,800.00		

ESTADO DE RESULTADOS					
	AÑO 1	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**
Ventas	$ 33,342.00	$ 44,166.00	$ 51,162.00	$ 57,846.00	$ 64,710.00
Costo de venta	$ 2,400.00	$ 3,000.00	$ 3,600.00	$ 4,800.00	$ 5,400.00
Utilidad Bruta	**$ 30,942.00**	**$ 41,166.00**	**$ 47,562.00**	**$ 53,046.00**	**$ 59,310.00**
Gastos	**$ 44,693.00**	**$ 46,248.00**	**$ 54,684.20**	**$ 48,914.20**	**$ 55,334.20**
Gastos de Administración	$ 15,534.00	$ 15,534.00	$ 18,867.10	$ 18,867.10	$ 18,867.10
Gastos de Venta	$ 15,534.00	$ 15,534.00	$ 18,867.10	$ 18,867.10	$ 18,867.10
Gastos de funcionamiento	$ 4,560.00	$ 4,560.00	$ 4,560.00	$ 4,560.00	$ 4,560.00
Ottros Gastos	$ 9,065.00	$ 10,620.00	$ 12,390.00	$ 6,620.00	$ 13,040.00
Utilidad/Pérdida AI	**$ (13,751.00)**	**$ (5,082.00)**	**$ (7,122.20)**	**$ 4,131.80**	**$ 3,975.80**
ISR				$ 1,032.95	$ 993.95
Utilidad/Pérdida Neta	**$ (13,751.00)**	**$ (5,082.00)**	**$ (7,122.20)**	**$ 3,098.85**	**$ 2,981.85**

Los estados de resultados que se proyectan muestran que del año 2011 al 2013 se tendrá pérdida hasta llegar al año 2014 y 2015, puesto que los gastos que se tendrán serán en menor cuantía comparados a los que se efectuarán en los primeros año y en cuanto a los ingresos estos aumentarán en manera proporcional al funcionamiento de las estrategias propuestas.

FLUJO DE CAJA PROYECTADO						
	2011	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**TOTAL**
Saldo anterior		$ (3,751.00)	$ (4,117.00)	$ (828.40)	$ 9,412.60	
INGRESOS	$ 10,000.00		$ 5,000.00		$ 5,000.00	
Ingresos por entrada a turicentro	$ 15,822.00	$ 22,530.00	$ 26,598.00	$ 30,366.00	$ 34,314.00	**$ 129,630.00**
Ingreos por venta de Tilapia	$ 15,720.00	$ 18,036.00	$ 20,364.00	$ 22,680.00	$ 24,996.00	**$ 101,796.00**
Ingresos por vivero	$ 1,800.00	$ 3,600.00	$ 4,200.00	$ 4,800.00	$ 5,400.00	**$ 19,800.00**
(-) Costo de venta	$ 2,400.00	$ 3,000.00	$ 3,600.00	$ 4,800.00	$ 5,400.00	**$ 19,200.00**
Utilidad Bruta	$ 30,942.00	$ 41,166.00	$ 47,562.00	$ 53,046.00	$ 59,310.00	**$ 232,026.00**
Cuentas por cobrar		$ 6,288.00	$ 7,214.40	$ 8,145.60	$ 9,072.00	**$ 30,720.00**
Total de Ingresos	**$ 40,942.00**	**$ 43,703.00**	**$ 55,659.40**	**$ 60,363.20**	**$ 63,969.40**	**$ 262,746.00**
Gastos de Personal	$ 22,920.00	$ 22,920.00	$ 27,960.00	$ 27,960.00	$ 27,960.00	**$ 129,720.00**
Afp Patronal	$ 1,458.00	$ 1,458.00	$ 1,838.70	$ 1,838.70	$ 1,838.70	**$ 8,432.10**
Honorarios	$ 1,920.00	$ 1,920.00	$ 1,920.00	$ 1,920.00	$ 1,920.00	**$ 9,600.00**
Isss Patronal	$ 1,620.00	$ 1,620.00	$ 2,043.00	$ 2,043.00	$ 2,043.00	**$ 9,369.00**
Vacacion	$ 270.00	$ 270.00	$ 340.50	$ 340.50	$ 340.50	**$ 1,561.50**
Aguinaldo	$ 1,080.00	$ 1,080.00	$ 1,362.00	$ 1,362.00	$ 1,362.00	**$ 6,246.00**
Indemnizacion	$ 1,800.00	$ 1,800.00	$ 2,270.00	$ 2,270.00	$ 2,270.00	**$ 10,410.00**
Total	**$ 31,068.00**	**$ 31,068.00**	**$ 37,734.20**	**$ 37,734.20**	**$ 37,734.20**	**$ 175,338.60**
Gastos de funcionamiento	$ 4,560.00	$ 4,560.00	$ 4,560.00	$ 4,560.00	$ 4,560.00	**$ 22,800.00**
Otros gastos	$ 9,065.00	$ 10,620.00	$ 12,390.00	$ 6,620.00	$ 13,040.00	**$ 51,735.00**
Cuentas por pagar		$ 1,572.00	$ 1,803.60	$ 2,036.40	$ 2,268.00	**$ 7,680.00**
Total gastos	**$ 44,693.00**	**$ 47,820.00**	**$ 56,487.80**	**$ 50,950.60**	**$ 57,602.20**	**$ 257,553.60**
TOTAL	**$ (3,751.00)**	**$ (4,117.00)**	**$ (828.40)**	**$ 9,412.60**	**$ 6,367.20**	**$ 5,192.40**

Los flujos de efectivo proyectados para los próximos cinco años muestran que durante los primeros tres años se tendrá saldo negativo al final de cada año y durante los dos últimos años serán positivos bajo los siguientes supuestos:

1. Se recibirá un ingreso de $20,000.00 en concepto de donación al Turicentro por una institución no gubernamental que apoyará para la reactivación del Centro Recreativo Las Américas. El se efectuará en tres desembolsos a lo largo del Plan Estratégico, el primero en el año uno por un monto de $10,000.00 y dos desembolsos de $5,000.00 para el año tres y cinco respectivamente.

2. Se tiene la política de crédito de un 40% del total de las ventas y una política de endeudamiento del 10% sobre las ventas totales.

PLAN DE CONTINGENCIA

En el caso de que dicho Plan Estratégico no se pudiera financiar ya sea con fondos propios, préstamos bancarios, se buscaría financiamiento por las dos opciones siguientes: a través de el arrendamiento a una empresa o persona particular que desee invertir en él y otra opción sería la canalización de fondos por una organización no gubernamental (ONGs) para impulsar el Turicentro.

BIBLIOGRAFIA

LIBROS:

- George A. Steiner. "Planificación Estratégica, Lo que Todo Director debe Saber". Vigésima Tercera Reimpresión. Editorial CECSA, 1998.

- José Carlos Jaramillo "Dirección Estratégica". Segunda Edición Mc Graw-Hill de Management, 1992

- Harold Koontz, Heinz Weihrich, tr. Marco Antonio Malfavón Martínez, Administración, 9a edicion. Mc-Graw-Hill, México, 1998.

- Hampton, David R. ,Administración contemporánea , Mcgraw-hill, México, 1983

TRABAJOS DE GRADUACIÓN:

- **Autor:** Barillas Avalos Ingrid Georgina y otros.

  Titulo: Propuesta de estrategias para fomentar el turismo en la ciudad de Panchimalco. Trabajo de investigación para optar al grado de: Licenciado(a) en Administración de Empresas.

  Facultad de Ciencias Económicas, Escuela de Administración de Empresas, Universidad Modular Abierta. Julio 2009.

- **Autor:** Flores Pineda, David Adonay y otros.

  Titulo: "Propuesta de un Plan Estratégico de desarrollo eco turístico para el municipio de San Pedro Nonualco, departamento de La Paz".

Trabajo de Investigación para optar al grado de: Licenciado(a) en Administración de Empresas.

Facultad de Ciencias Económicas, Escuela de Administración de Empresas, Universidad de El Salvador. Febrero 2008.

- **Autor:** Mendoza Morales, Sofía Carolina y otros.

  Titulo: "Propuesta de un plan estratégico para impulsar el turismo ecológico como herramienta para el desarrollo local del municipio de Jocoaitique, departamento de Morazán".

  Proyecto de Investigación para optar al grado de: Licenciado(a) en Administración de Empresas.

  Facultad Multidisciplinaria Oriental Departamento de Ciencias Económicas, Universidad de El Salvador. Febrero 2005.

- **Autor:** Pérez Hernández, Edwin Nelson y otros.

  Titulo: Diseño de un plan promocional para los turicentros administrados por el instituto salvadoreño de turismo en la zona central de El Salvador.

  Caso ilustrativo turicentro agua fría. Trabajo de investigación para optar al grado de: Licenciado(a) en Administración de Empresas.

  Facultad de Ciencias Económicas, Escuela de Administración de Empresas, Universidad de El Salvador. Mayo 2007.

- **Autor:** Rodríguez Valencia, Joaquín.

  Titulo: Como aplicar la planeación estratégica a la pequeña y mediana empresa. 5ta Edición. Thompson Editores. 2005.

- **Autor:** Valle Reyes, Guadalupe del Carmen

  Profa. Telma Edith Girón casco.

  Titulo: "Estructura de la comunidad vegetal y valor de uso etnobotánico de las especies vegetales en el cantón La Bermuda, municipio de Suchitoto, departamento de Cuscatlán, El Salvador". Trabajo de Investigación para optar al grado de: Licenciado(a) en BIOLOGIA.

  Facultad de Ciencias Naturales y Matemática, Escuela de Biología, Universidad de El Salvador. Diciembre de 2007.

REVISTA:

- Capacitación en planeación estratégica a nivel normativo y ejecutivo de cie, Búho Dilecto no. 1, pp. San Salvador: Facultad de Ciencias y Humanidades, 2004.

FUENTES ELECTRONICAS:

- htpp://es.wikipedia.org/wiki/suchitoto.
- httpwwwisis.ufg.edu.svwwwisisdocumentosTE334.683-V713m334.683-V713m-Capitulo%20I.pdf.
- http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_estrat%C3%A9gico.
- http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_ecol%C3%B3gico
- http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo

ANEXOS

ANEXO 1.

GLOSARIO DE ABREVIATURAS

CORSATUR: Corporación Salvadoreña de Turismo.

FODA: Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas

FODES: Fondo de Desarrollo Económico Social.

ISTU: Instituto Salvadoreño de Turismo.

MAG: Ministerio de Agricultura y Ganadería.

MITUR: Ministerio de Turismo.

OMT: Organización Mundial de Turismo.

PNUMA: Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente.

ANEXO 2.

CLASIFICACIÓN DE ÁREAS NATURALES EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO.

ZONAS Y AREAS		AREA (Km^2)	PORCENTAJE (%)
Zona protegida de reserva forestal		1.71	0.52
Zona de reserva ecológica		42.50	12.91
Zona de protección de ríos y quebradas		23.58	7.16
Zona de protección de nacimientos y captación de agua		0.22	0.07
Zona de área frágil		18.50	5.62
Área rural	Zona de explotación agrícola	104.50	31.73
	Zona de explotación agropecuaria	67.00	20.34
	Centro de servicios	10.00	0.03
Área urbana		4	1.21
Área útil del territorio		272.00	
Lámina de agua del embalse del Cerrón Grande		------	17.41
Área Total del Municipio		329.32	100

ANEXO 3.

PROYECCIONES DEMOGRÁFICAS DE LA POBLACIÓN ACTUAL EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO.

AÑOS Y ESTIMACIONES	POBLACION	
	Urbana	Rural
Año 2000	6,277	17,816
Año 2005	7,084	20,108
Año 2010	7,995	22,895
Año 2015	9,024	25,615
Incremento de población para el año 2015	2,747	7,799

Fuente: Fases de Diagnóstico y Análisis de la actualización del Plan de Desarrollo Local de Suchitoto (2004).

ANEXO 4.

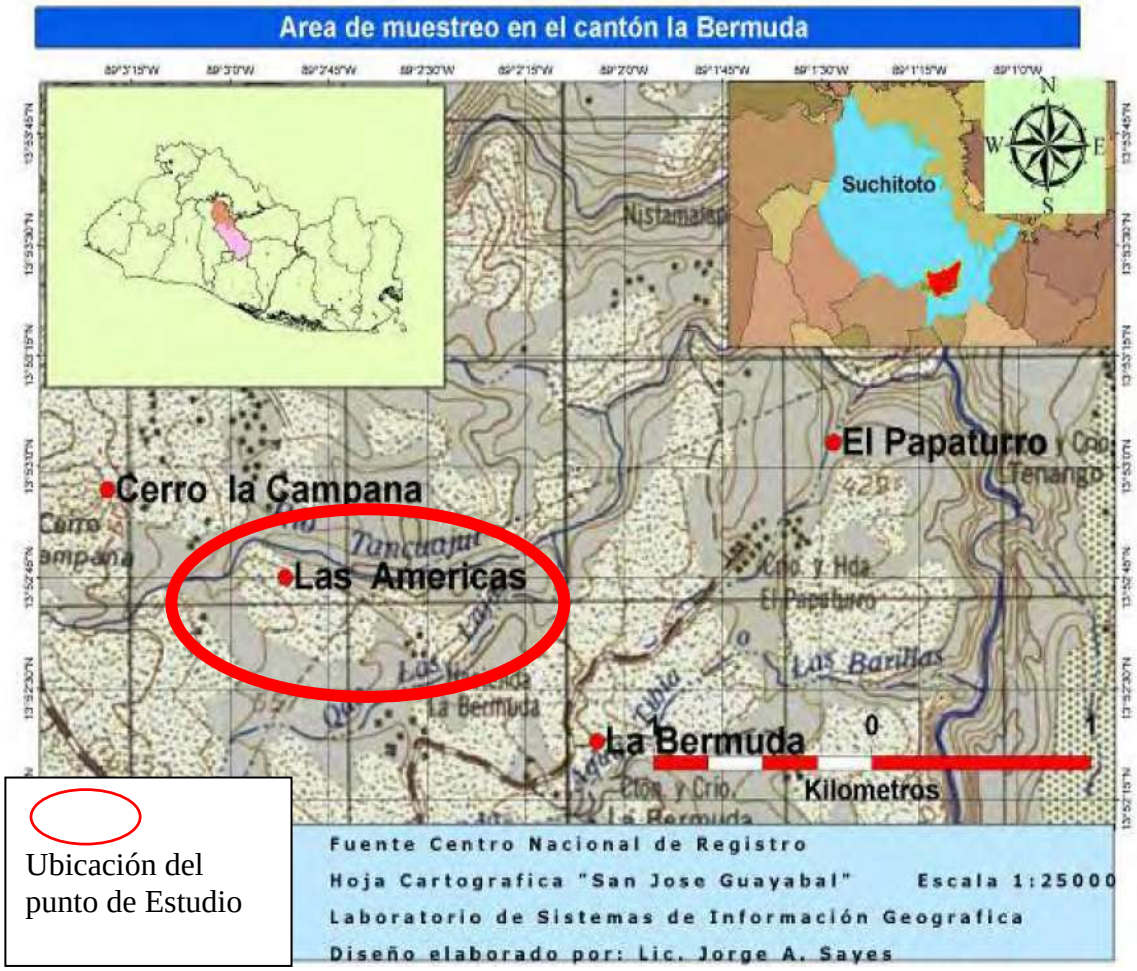
NÚMERO DE FAMILIAS POR COMUNIDAD DEL CANTÓN LA BERMUDA.

COMUNIDADES	No. FAMILIAS	PORCENTAJE (%)
MARIANELA	63	8%
AMÉRICAS	130	25%
PAPATURRO	90	12%
SAN RAFAEL	145	19%
MILAGRO	23	30%
TOTAL	451	67%

Fuente: Ficha de diagnóstico comunitario y/o fichas casa por casa (2004)

ANEXO 5.

UBICACIÓN GEOGRAFICA DE LA COMUNIDAD LAS AMERICAS, CANTÓN LA BERMUDA EN EL MUNICIPIO DE SUCHITOTO.



ANEXO 6.

MAPA TURÍSTICO DE SUCHITOTO.

ANEXOS 7
ENCUESTA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS QUE VISITAN EL TURICENTRO LAS AMÉRICAS, UBICADO EN EL CANTÓN LAS BERMUDAS MUNICIPIO DE SUCHITOTO DEPARTAMENTO DE CUSCATLÁN.

Indicaciones: Marque con una "x" las respuestas que usted considere conveniente.

Sexo: Femenino_____ Masculino____
Lugar de procedencia:_____

Actividad a la que se dedica:

A. Estudiante ☐ C. Profesor ☐

B. Empresa ☐ D. Otros ☐ Especifique _____

Su nivel de ingresos es de:

A. 100 - 250 ☐ C. 401 - 600 ☐

B. 251 - 400 ☐ D. Más de 600 ☐

1. Indique el número de personas que le acompañan incluyéndose a usted el siguiente cuadro:

A. 1 a 3 ☐ C. 5 a 8 ☐

B. 3 a 5 ☐ D. Más de 8 ☐

2. ¿Cual fue su medio de transporte?

A. Transporte Publico ☐ C. Microbus ☐

B. Vehiculo ☐ D. Otros ☐ Especifique _____

3. ¿Con quiénes viaja?

A. Familia ☐ C. Compañeros de Trabajo ☐

B. Amigos ☐ D. Excursión ☐

4. En promedio cuánto pretende gastar con su grupo.

A. 10 - 20 ☐ C. 41 - 60 ☐

B. 21 - 40 ☐ D. Más de 60 ☐

5. ¿Con qué frecuencia ha visitado el centro turístico?

A. 0 - 1 ☐ C. 4 - 5 ☐

B. 2 - 3 ☐ D. Más de 5 ☐

6. ¿Cómo evaluaría las vías de acceso al lugar?

A. Excelentes ☐ C. Muy Buenas ☐

B. Buenas ☐ D. Regular ☐

7. ¿Cómo considera las características que posee el parque con respecto a?

CALIFICACIÓN / ÁREA	EXCELENTE	MUY BUENO	BUENO	REGULAR
PARQUEO				
INFRAESTRUCTURA				
LIMPIEZA				
SEGURIDAD				
PRECIOS				

8. ¿Cómo se enteró de la existencia de este turicentro?

A. Familia ☐ C. Compañeros de Trabajo ☐

B. Amigos ☐ D. Otros ☐ Especifique _____

9. ¿Considera que existe un ambiente familiar dentro del Centro Turístico?

A. SI ☐ B. NO ☐

10. ¿Existen diferentes opciones de alimentos para que usted ordene o elija?

A. SI ☐ B. NO ☐

11. ¿A su preferencia cuáles de estos alimentos y bebidas les gustaría degustar?

A. Bebidas frías ☐ C. Sopas ☐

B. Bebidas calientes ☐ D. Plato fuerte ☐

12. ¿Qué tipo de ambientación le gustaría que tuviera el turicentro?

A. Familiar ☐ C. Típica ☐

B. Solo para Adultos ☐ D. Otra ☐ Especifique _____

13. ¿Cómo calificaría la atención que se da como cliente dentro del Centro Turístico?

A. Excelentes ☐ C. Muy Buenas ☐

B. Buenas ☐ D. Regular ☐

14. ¿Durante su estancia en el turicentro, de cuáles de los siguientes elementos ha hecho uso?

A. Glorieta ☐ C. Hamacas ☐

B. Sillas ☐ D. Otros ☐ Especifique _____

15. Menciones las razones por las cuales no hace uso de algunos elementos que dan en alquiler en el turicentro:

A. Alto costo ☐ C. Mal estado ☐

B. Sucios ☐ D. No importante ☐

16. ¿Qué actividades le gustaría realizar dentro del turicentro?

A. Caminatas ☐ C. Compra de Artesanias ☐

B. Deportes ☐ D. Otros ☐ Especifique _____

17. De no venir a este turicentro, cuál hubiese visitado en Suchitoto.

A. Hacienda la Bermuda ☐ C. Lago de Suchitlán ☐

B. Ciudad Vieja ☐ D. Otros ☐ Especifique _____

18. ¿Volvería a visitar el centro turístico?

A. SI ☐ B. NO ☐

19. ¿Recomendaría a otras personas la visita al centro turístico?

A. SI ☐ B. NO ☐

ANEXO 8

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENTREVISTA DIRIGIDA AL ADMINISTRADOR DEL CENTRO RECREATIVO "LAS AMÉRICAS" UBICADO EN EL CANTÓN LAS BERMUDAS MUNICIPIO DE SUCHITOTO DEPARTAMENTO DE CUSCATLÁN.

PERSONA ENTREVISTADA: SR. FRANCISCO

CARGO: ADMINISTRADOR DEL TURICENTRO

OBJETIVO: Obtener información de primera mano respecto a la situación actual en la que se encuentra el Centro Recreativo Las Américas por parte del administrador de dicho lugar.

1. ¿Poseen misión, visión, valores, objetivos, estructura organizativa o un plan a seguir?
2. ¿Qué servicio ofrece el Centro Recreativo?
3. ¿Qué otros servicios (beneficios) brindan a los visitantes?
4. De los servicios que ofrece el Turicentro a su criterio ¿Cuáles necesitan mejorar?
5. ¿Considera viable la introducción de nuevos servicios?
6. ¿A su consideración cuáles son los atractivos del Centro Recreativo y en las zonas aledañas a la comunidad Las Américas?

7. ¿A quienes considera que son su competencia más cercana en cuanto a la prestación de servicios del Centro Turístico y en la venta de tilapias?
8. ¿Se ha brindado algún tipo de capacitación para la producción?
9. ¿Han realizado algún tipo de proceso de comercialización para la venta de tilapias?
10. ¿Quiénes son sus proveedores?
11. ¿Quiénes visitan con mayor frecuencia el Turicentro?
12. ¿Cuáles son los precios de los servicios dentro del Centro Turístico?
13. ¿Se ha brindado algún tipo de capacitación para la atención al cliente?
14. ¿Cuenta con las herramientas necesarias para darle el mantenimiento al Turicentro?
15. ¿Considera que este Turicentro cuenta con el personal suficiente para su operación?
16. ¿Cómo considera la seguridad dentro y fuera del Centro Turístico?
17. ¿Realizan algún tipo de publicidad para el Turicentro? Si es así, ¿Qué medios de publicidad se utilizan para dar a conocer el Turicentro?
18. ¿Tienen contacto con la Alcaldía de Suchitoto u otras entidades relacionadas con el Turismo?

ANEXO 9. PROPUESTA DE LOGO.

ANEXO 10.
PROPUESTA DE MENU.

ANEXO 11. PROPUESTA DE VOLANTE Y BANNER

ANEXO 12. PROPUESTA DE VALLA