

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



**DISEÑO DE UN MODELO DE SISTEMA AGROTURÍSTICO PARA
CONTRIBUIR AL DESARROLLO SOCIO ECONÓMICO DEL
DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO**

PRESENTADO POR:

**ROSARIO LISSETTE HERNÁNDEZ MARTÍNEZ
GUILLERMO ANTONIO PALACIOS BARRERA
ÁNGEL ARMANDO YANES GUTIÉRREZ**

PARA OPTAR AL TÍTULO DE:
INGENIERO INDUSTRIAL

CIUDAD UNIVERSITARIA, OCTUBRE 2005

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTORA :
DRA. MARÍA ISABEL RODRÍGUEZ

SECRETARIA GENERAL :
LICDA. ALICIA MARGARITA RIVAS DE RECINOS

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

DECANO :
ING. MARIO ROBERTO NIETO LOVO

SECRETARIO :
ING. OSCAR EDUARDO MARROQUÍN HERNÁNDEZ

ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

DIRECTOR :
ING. OSCAR RENE ERNESTO MONGE

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

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

Título

:

**DISEÑO DE UN MODELO DE SISTEMA AGROTURÍSTICO PARA
CONTRIBUIR AL DESARROLLO SOCIO ECONÓMICO DEL
DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO**

Presentado por

:

**ROSARIO LISSETTE HERNÁNDEZ MARTÍNEZ
GUILLERMO ANTONIO PALACIOS BARRERA
ÁNGEL ARMANDO YANES GUTIÉRREZ**

Trabajo de Graduación aprobado por

:

Docente Director

:

ING. JUAN ENRIQUE REYES

SAN SALVADOR, OCTUBRE 2005

Trabajo de Gradación Aprobado por:

Docente Director:

ING. JUAN ENRIQUE REYES

AGRADECIMIENTOS.

Al finalizar esta meta en nuestras vidas, queremos agradecer a Dios todo poderoso por permitirnos este triunfo, sobre todo por darnos la oportunidad de culminar la carrera universitaria en compañía de las personas más importantes de nuestras vidas, ya que sin su apoyo no habiéramos podido llegar a la cima.

Es por lo que agradecemos a nuestro coordinador y asesor Ingeniero Juan Enrique Reyes, ya que con su orientación, apoyo y paciencia nos ayudo durante todo este proceso, a la vez por demostrar su interés y animo para la finalización de este, le estamos muy agradecidos, que Dios le bendiga e ilumine todos y cada uno de los proyectos que realice en su vida.

No quedemos dejar de mencionar al Ingeniero Manuel Montejo, por ayudarnos en este trabajo; a nuestro jurado Ingeniero Jeannette de Pocasangre y Ingeniero Reynaldo Henríquez, ya que con sus observaciones constructivas contribuyeron a la realización de un mejor trabajo; a nuestra amiga la Ingeniera Blanca Coto, por apoyarnos para la elaboración de este documento, así como al Ing. Felipe Atilio Rivas Rivera, Coordinador Unidad Ambiental Sectorial. ODE-MAG; a la Lca. Aura Esther de Romero Gerente Asamblea Legislativa Departamental Chalatenango; Ing. Francisco Calles Asesor técnico de la mancomunidad La Montañona; Ing. Jesús Serrano Secretario de la Asociación ganadera de Chalatenango. AGACH y Lca. Ena López Coordinadora de Información Cámara Salvadoreña de Turismo. CASATUR, por su colaboración e interés en el proyecto.

Sin duda alguna no podemos olvidar a las nuestras familias Yáñez-Gutiérrez, Palacios-Barrera, Martínez y Marroquin-Hernández, ya que con sus palabras de animo, oraciones y ayuda económica han sido parte muy importante para llegar a este momento y no solo durante este trabajo sino a lo largo de toda la vida estudiantil. GRACIAS, a todas aquellas personas que nos ayudaron en todo lo que pudieron.

Rosario, Guillermo y Ángel

"Ama al Señor con ternura, y él cumplirá tus deseos más profundos".

SALMOS 37:4

"Pon tus actos en las manos del Señor, y tus planes se realizarán".

PROVERBIOS 16:3

Quiero agradecer este triunfo en mi vida a todas aquellas personas que a lo largo de la misma compartieron conmigo, especialmente:

A DIOS y la VIRGEN de GUADALUPE, por haberme permitido lograr llegar a la meta, orientadome, guiándome y llenándome de bendiciones, para poder vencer todos los obstáculos y problemas que se me presentaron en mi vida de estudiante.

A MI MAMI EVITA, por ser más que mi madre, ser una amiga y compañera, que me apoyo y no permitió que flaqueara en los momentos mas difíciles; además de disfrutar y compartir de todas mis alegrías y locuras. GRACIAS MIMI, sabes que te amo mucho y soy lo que soy por TI.

A MI OTRA MAMÁ, MI PAPÀ Y MI HERMANA, lejos de ser mi abuelita Rosita, mi tío Tito y mi prima Ama, son la familia que cualquier persona desea tener, gracias por su apoyo, sus consejos y su paciencia, por eso y muchas cosas mas, son parte importante de este nuevo triunfo en mi vida.

A MI ESPOSO ELIAS, por tus explicaciones de sólidos, física y sistemas electromecánicos, pero sobre todo por tus palabras de apoyo, consuelo y animo para superar todos los inconvenientes que se presentan en la vida; junto a los momentos de celebración por las alegrías y triunfos que hemos compartido. GRACIAS NENO, te amo.

A MI HIJO ELIAN, por ser el motorcito que me acompaño y motivo en la segunda mitad del trabajo de graduación, no sabes los sentimientos que provocas en mí desde el momento en que te vi por primera vez y las huellas que han marcado tu sonrisa y tus primeras palabras "AGU, AGU" en mi corazón y mi mente. Te amo MI POLLITO LINDO.

A MI FAMILIA, mis tíos Luis, Sonia, Chayito, Daniel; mis primos Luisito, Daniela, Danielito y Rafaelito; mis madrinas Ana Maria y Rosita; mi ahijado Kevin por exhórtame a llegar a la cima de la carrera.

A LAS FAMILIAS YANES-GUTIERRES Y PALACIOS-BARRERA, por haberme apoyado y abierto las puertas de sus casas para la realización de este trabajo.

A LAS SIGUIENTES PERSONAS: Jorge y Alicia, mis amigos que aunque ya no están conmigo, siempre los llevare en mi corazón. Mis otros amigos Lissette, Julio, Manolo, Kelly, Rogelio, Miriam y Eduardo gracias por compartir los momentos mas interesantes y no tan interesantes de la carrera. Mi suegra Julita, por haberme apoyado, animado y cuidado a mi pequeñito para poder terminar la tesis. A las familias Flamenco-Luna, Recinos-Rivas, Lazo-Perla, Soriano-Lima, Romero-Hernández y Marroquin-Nieto gracias por haberme permitido estudiar en sus hogares. Y a todas aquellas personas que a lo largo de toda mi carrera estuvieron involucradas en mi formación profesional.

A MI PERRITO TEQUILA, por su compañía en las noches de desvelos.

Y no pueden faltar mis **AMIGOS Y COMPAÑEROS DE TESIS: ANGEL Y GUILLEMO**, par de.... dos, aunque no lo crean los voy a extrañar, discúlpenme por los enfados y malos ratos que les hice pasar, pero acuérdesse que quien se enoja pierde, y aun con todo y todo gracias por soportarme tanto tiempo, cuídense y que Diosito los acompañe en cada una de las cosas que piensen y/o realicen en la vida. Recuerden que los quiero mucho y en las buenas y en las malas, cuentan conmigo.

Que Dios y la Virgen de Guadalupe me los bendigan siempre. Sinceramente.

Rosario Lissette Hernández M.

El objeto de toda discusión no debe el triunfo, sino el progreso

J. Joubert

A DIOS todo poderoso: Por que es la guía, la luz y la fuerza, que me impulsa a seguir adelante. Por darme la sabiduría y la confianza para seguir con la meta propuesta a pesar de las dificultades y por acompañarme en todos los momentos de mi vida.

A mi Madre: Ana Dinora Gutiérrez de Yanes (de grata recordación) por que siempre me apoyaste y por dedicarte a tú trabajo para sacarnos adelante y estar confiada que un día verías el fruto de tú esfuerzo. Este triunfo es con especial dedicación para ti.

A mi Padre: José Armando Yanes Quinteros, por su apoyo y paciencia, ya que de no ser por él difícilmente hubiera alcanzado la meta. Este triunfo es tuyo.

A mi Mamá Fina: Por brindarme su amor infinito y consejos. Por estar siempre conmigo y cuidarme, siempre estarás en mi corazón madrecita linda, eres parte de este triunfo

A mis Hermanos: Ana Concepción Yanes Gutiérrez, por su apoyo, amor y confianza. José Joaquín León, por tú dedicación al enseñarnos desde que estaba pequeño por tus consejos, por tu confianza en mí y por estar ahí siempre.

Ambos han sido el ejemplo a seguir y lo que me impulsa a seguir adelante, los quiero mucho.

A mí novia Preciosa: Por que siempre has estado conmigo, ayudándome, apoyándome y aconsejándome, te amo por todo lo que representas en mi vida y por lo que serás en ella.

A la familia Coto Estrada: Por haberme hecho parte de su familia, por sus consejos, apoyo y por que siempre han tenido las palabras adecuadas.

A mis Compañeros: Rosario y Guillermo. Gracias por su comprensión, por su lealtad, su cariño, su amistad y su paciencia. Gracias por ser parte de este éxito.

A mis Familiares: Por su Amor y Confianza, en especial a mis abuelos y mi tío Arnoldo por que siempre estuvo para aconsejarme y ayudarme, mil gracias.

A todos mis Amigos: Edgardo, Douglas, Fahrid, Ana Miriam, Chente, Jhonny Por ser parte importante en el logro de este triunfo.

Angel Armando Yanes

Al terminar éste tipo de cosas debemos recordar que intervienen innumerables personas que directa o indirectamente aportan información y apoyo, otras alientan para seguir adelante en la lucha ante los problemas que surgen. En la mayoría de los casos, cuando se quiere nombrar si no a todas, sí a la mayoría de las personas que intervienen de una u otra manera, la lista resulta muy larga y de todos modos siempre habrá omisiones imperdonables que nos hacen quedar mal. Por esta razón prefiero empezar por agradecer a todas estas personas que de una u otra forma me inspiraron y ayudaron y que aun cuando no sean nombradas siempre tendrán mi agradecimiento. Sin embargo, debo aclarar que este esfuerzo está dedicado a Dios, mis padres, mis hermanos, mi hijo y sobrinos que con su cariño, paciencia, comprensión y en ocasiones sacrificios, han contribuido a que esta meta sea una realidad.

Un agradecimiento especial a mis compañeros, ya que juntos batallamos y me animaron contra todas las adversidades que se nos presentaron a lo largo de el desarrollo del presente estudio y también a la Sociedad de A. A. Por ayudarme a buscar el sendero de vida correcto.

Guillermo Palacios

INDICE.

<u>Contenido</u>	<u>Pagina</u>
<u>INTRODUCCION.</u>	i
<u>OBJETIVOS.</u>	ii
OBJETIVO GENERAL.	ii
OBJETIVOS ESPECIFICOS.	ii
<u>ALCANCES</u>	iv
<u>LIMITACIONES.</u>	v
<u>IMPORTANCIA</u>	vi
<u>JUSTIFICACION.</u>	viii
CAPITULO I MARCO CONCEPTUAL..	1
<u>A. GENERALIDADES DEL DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO.</u>	<u>2</u>
1. antecedentes del departamento de chalatenango.	2
<u>B. GENERALIDADES DEL TURISMO.</u>	<u>2</u>
1. Definición del turismo tradicional.	4
2. Antecedentes del turismo en El Salvador.	8
3. Antecedentes del turismo en el departamento de Chalatenango.	13
4. Definición de agroturismo.	14
5. Antecedentes del agroturismo en El Salvador.	16
CAPITULO II INVESTIGACION, DIAGNOSTICO Y CONCEPTUALIZACION 17	
<u>A. SELECCIÓN DEL TIPO DE INVESTIGACION.</u>	<u>20</u>
1. Investigación exploratoria.	20
2. Investigación descriptiva.	20
<u>B. DETERMINACION DE LAS FUERZAS DE INFORMACION.</u>	<u>21</u>
1. Fuentes de datos secundarios.	21
2. Fuentes de datos primarios.	22

<u>C. METODOLOGIA DE RECOLECCION DE DATOS.</u>	23
1. encuestas o entrevistas dirigidas.	23
2. Entrevista personal.	23
3. Consulta bibliografica.	24
4. Observación directa.	24
5. Consulta de referencia.	25
<u>D. RECOPIACION DE INFORMACION SECUNDARIA</u>	25
1. Tendencias turísticas.	25
2. Experiencias turísticas	30
3. Estudio de la OMT sobre agroturismo sobre América Latina.	53
4. Situación actual del departamento de Chalatenango.	62
<u>H. SELECCIÓN DE LOS MUNICIPIOS MODELOS</u>	108
1. Establecimiento de la macro localización..	108
2. Evaluación de los municipios para la selección de la micro zona..	114
<u>I. CARACTERÍSTICAS DE LOS MUNICIPIOS MODELOS</u>	119
1. Municipio de Comalapa.	119
2. Municipio del Carrizal.	123
3. Municipio de San Luis del Carmen.	127
<u>J. RECOPIACION DE INFORMACION PRIMARIA EN LOS MUNICIPIO MODELOS</u>	
1. Tipo de muestreo.	131
2. Determinación del universo de asociaciones.	132
3. determinación del tamaño de la muestra.	132
4. Diseño de instrumento de recolección de información primaria.	133
5. Tabulación y análisis de las encuestas	134
<u>K. DIAGNOSTICO DE LA SITUACION ACTUAL DE LOS MUNICIPIOS MODELOS.</u>	
1. Causa que provocan que no se aprovechen las actividades económicas con potencial turístico a través del diagrama de Ishikawa.	134
2. Análisis FLOA de los problemas	
3. Formulación del problema.	143
4. Análisis del problema.	146

L. CONCEPTUALIZACION DEL MODELO DE SISTEMA AGROTURISTICO

1. Conceptualización de la solución.	149
2. Objetivos del modelo de sistema agroturístico.	149
3. Descripción de los componentes.	150

CAPITULO III DISEÑO DE LA SOLUCION 152

A. CONCEPTUALIZACION DEL MODELO DE SISTEMA AGROTURISTICO 153

1. Subsistema o agentes internos del modelo	154
2. Relaciones entre subsistema o agentes internos del modelo.	155
3. Elementos o agentes externos del modelo.	157
4. importancia de elementos o agentes externos del modelo.	157

B. SUBSISTEMA DE PRODUCTO AGROTURISTICO 158

1. Introducción.	158
2. Objetivos de subsistema de producto agroturístico.. . . .	159
3. Elementos básicos del subsistema.	159
4. Desarrollo de los elementos del subsistema.	170
5. Aplicación.	184

C. SUBSISTEMA VENTAS 189

1. Introducción.	189
2. Objetivos de subsistema ventas.	190
3. Elementos del subsistema ventas.	190
4. Desarrollo de los elementos del subsistema ventas.	190
5. Aplicación.	200

D. SUBSISTEMA DE ORGANIZACIÓN 217

1. Introducción.	217
2. Objetivos de subsistema de organización	217
3. Marco teórico.	217
4. Elementos de la organización.	219
5. Desarrollo de los elementos	219
6. Caso practico.	224

<u>E. SUBSISTEMA CONTABILIDAD.</u>	274
1. Introducción.	274
2. Objetivos de subsistema contabilidad	274
3. Marco teórico.	275
4. Formatos que lo conforman..	276
5. Desarrollo de los formatos.	278
6. Caso practico.	288
<u>F. SISTEMA CONTROL DE CALIDAD.</u>	295
1. Introducción.	295
2. Objetivos.	295
3. Elementos del subsistema.	295
<u>G. TRAMITES INICIALES DE LA ASOCIACION.</u>	309
1. Tramites legales.	309
2. Financiamiento.	315
<u>H. ELEMENTOS EXTERNOS.</u>	317
1. Seguridad ciudadana y saneamiento ambiental.	317
2. Procedimiento para establecer vínculos entre la asociación y elementos externos.	321
 CAPITULO IV ESTUDIO ECONOMICO	 324
<u>A. A. ESTUDIO ECONOMICO FINANCIERO.</u>	325
1. Inversiones fijas y diferidas.	325
2. Capital de trabajo.	333
<u>B. B. ESTABLECIMIENTO DEL SISTEMA DE COSTOS.</u>	
337	
1. Costos financieros.	338
2. Costos de producción del servicio.	344
3. Costos de administración.	352
4. Costos de comercialización.	357
5. Costo total y costo unitario.	361
6. Determinación del precio de venta.	361

7. Punto de equilibrio.	363
8. Resumen de costos.	364
9. Costo variable unitario.	364
10. Margen de seguridad.	370
<u>C. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS.</u>	371
1. Ingreso por ventas.	371
2. Proyección de costos.	371
<u>D. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMAS.</u>	372
1. Estado de resultados pro forma.	372
2. Balance general inicial y pro forma.	376
 CAPITULO V EVALUACIONES DEL MODELO.	 379
<u>A. EVALUACIÓN ECONÓMICA.</u>	380
1. Tasa mínima de rendimiento (TMAR).	380
2. Valor actual neto (van).	381
3. Tasa interna de retorno (TIR).	383
4. Tiempo de recuperación de la inversión.	384
5. Análisis beneficio costo.	384
<u>B. EVALUACIÓN FINANCIERA.</u>	385
1. Razones financieras.	385
2. Análisis de sensibilidad.	387
<u>C. VALORACIÓN ECONOMICA-SOCIAL.</u>	392
<u>D. EVALUACIÓN DE GÉNERO.</u>	394
1. Metodología para actualizar la evaluación de género en cambio significativos en la asociación..	396
<u>F. EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL.</u>	398
1. Desarrollo para el permiso ambiental para la iniciación de una obra, proyecto o construcción.	399
2. Aplicabilidad del modelo.	403
3. Desarrollo para el constante control de los impactos ambientales del modelo.	406

4. Aplicación al modelo	411
<u>G. ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO.</u>	413
1. Planificación de la ejecución o implantación	413
2. Objetivos específicos	413
3. Plan de implantación para el modelo de sistema agroturístico.	414
4. Capacitación para los interesados	432
<u>CONCLUSIONES</u>	442
<u>RECOMENDACIONES.</u>	445
<u>BIBLIOGRAFIA.</u>	445
<u>GLOSARIO TECNICO.</u>	448
ANEXOS.	
<u>ANEXO 1</u>	
<u>ANEXO 2</u>	
<u>ANEXO 3</u>	
<u>ANEXO 4</u>	
<u>ANEXO 5</u>	
<u>ANEXO 6</u>	
<u>ANEXO 7</u>	
<u>ANEXO 8</u>	
<u>ANEXO 9</u>	
<u>ANEXO 10</u>	
<u>ANEXO 11</u>	
<u>ANEXO 12</u>	

INDICE DE CUADROS

Numero	Nombre	Página
Cuadro 1	Detalle de los distritos del departamento de Chalatenango	2
Cuadro 2	Criterios para desarrollar agroturismo	62
Cuadro 3	Clasificación de las principales actividades agropecuarias de los municipios de Chalatenango	64
Cuadro 4	Municipios con mayores actividades agropecuarias	66
Cuadro 5	Mancomunidades de Chalatenango	67
Cuadro 6	Asociaciones ganaderas de Chalatenango	68
Cuadro 7	Cooperativas agropecuarias de la reforma agraria.	70
Cuadro 8	Otras cooperativas agropecuarias	71
Cuadro 9	Cooperativas no agropecuarias	71
Cuadro 10	Desarrollo humano del depto. de Chalatenango	74
Cuadro 11	Sitios turísticos	76
Cuadro 12	Sitios con artesanías	78
Cuadro 13	Vías de comunicación	80
Cuadro 14	Otros servicios	83
Cuadro 15	Servicios básicos por municipio.	84
Cuadro 16	Principales recursos naturales por municipio	88
Cuadro 17	Criterios para la selección de las macro zonas	108
Cuadro 18	Calificación de los criterios	108
Cuadro 19	Evaluación por puntos para selección de macro zonas del modelo	110
Cuadro 20	Municipios con mejor ponderación	112
Cuadro 21	Municipios con mediana ponderación	112
Cuadro 22	Municipios de baja ponderación	112
Cuadro 23	Criterios para la selección de la micro zona	113
Cuadro 24	Evaluación de los municipios para la micro zona	114
Cuadro 25	Matriz FLOA	136
Cuadro 26	Proceso de diseño del modelo de sistema agroturístico	142
Cuadro 27	Conceptualización del modelo	148

Cuadro 28	Componentes del producto agroturístico	159
Cuadro 29	Características plan – paquete	161
Cuadro 30	Formato de información general del participante	169
Cuadro 31	Formato de distribución de temas por mesa	171
Cuadro 32	Formato de inventario de atractivos	171
Cuadro 33	Formato para inventario de facilidades turísticas	172
Cuadro 34	Formato para estadía de los turistas forma	173
Cuadro 35	Demanda de turismo tradicional	200
Cuadro 36	Principios y valores para la asociación	264
Cuadro 37	Áreas requeridas	268
Cuadro 38	Resumen de actividades	269
Cuadro 39	Mobiliario y equipo.	273
Cuadro 40	Usuarios directos e indirectos de información contable	275
Cuadro 41	Formato de servicios prestados	279
Cuadro 42	Formato para control de ingresos	281
Cuadro 43	Formato de control de adelantos de salarios (anticipos).	283
Cuadro 44	Formato para pago de salarios	284
Cuadro 45	Formato para estado de pérdidas y ganancias	286
Cuadro 46	Formato para balance general	288
Cuadro 47	Formato de control de calidad	306
Cuadro 48	Instituciones involucradas	317
Cuadro 49	Destinos, plazos y periodos de gracia	341
Cuadro 50	Razones financieras	386

INDICE DE FIGURAS

Numero	Nombre	Página
Figura 1	Centroamérica puente natural entre países y regiones	11
Figura 2	Elementos de la promoción	196
Figura 3	Esquema de canales de comercialización	193
Figura 4	Establecimiento de la forma básica para la creación de guías de agroturisticas.	214
Figura 5	Modelo de organización	221
Figura 6	Organigrama de la estructura orgánica	222
Figura 7	Carta de actividades relacionadas	269
Figura 8	Relación entre la asociación y las decisiones de gerencia	276
Figura 9	Subsistema control de la calidad	295
Figura 10	Pasos para legalización de una empresa	314
Figura 11	Pasos para solicitar financiamiento	316
Figura 12	Flujograma De Evaluación De Impacto Ambiental (EIA)	401
Figura 13	Proceso para la identificación de los aspectos ambientales del modelo de sistema agroturístico.	407
Figura 14	Etapas de metodología de Dickert	408

INDICE DE TABLAS

Numero	Nombre	Página
Tabla 1	Ingresos por turismo	27
Tabla 2	Usos de la tierra	31
Tabla 3	Totalidad de turistas	203
Tabla 4	Demanda de visitas agroturisticas	204
Tabla 5	Personal requerido para la asociación	222
Tabla 6	Ejemplo de hoja de datos	302
Tabla 7	Estratificación por tipo de defecto (su base es la tabla anterior)	303
Tabla 8	Precio y depreciación de mobiliario y equipo.	326
Tabla 9	Costos de la investigación y estudios previos	328
Tabla 10	Costos de legalización de la empresa.	330
Tabla 11	Costos de implementación del proyecto	331
Tabla 12	Costos de capital de trabajo	333
Tabla 13	Desglose de salarios.	334
Tabla 14	Pago de la deuda	339
Tabla 15	Amortización de la deuda	343
Tabla 16	Prorrateó de los costos financieros por paquete	344
Tabla 17	Precios de alojamiento de las principales hoteles de Chalatenango	345
Tabla 18	Precios estimados de comida.	346
Tabla 19	Costo de transporte	347
Tabla 20	Costos y días de estancia de los atractivos	349
Tabla 21	Costos de personal de desarrollo del producto	350
Tabla 22	Prorrateó de los costos de desarrollo del producto	351
Tabla 23	Costos de personal de desarrollo del producto.	353
Tabla 24	Resumen de costos de servicios básicos para los costos administrativos	355
Tabla 25	Detalle de costos de papelería.	356
Tabla 26	Resumen de costos de administración	356
Tabla 27	Prorrateó de los costos de depreciación	357

Tabla 28	Costos de personal de comercialización	357
Tabla 29	Resumen de costos de comercialización	360
Tabla 30	Precio de venta	362
Tabla 30	Resumen de costos	364
Tabla 31	Resumen de nivel mínimo de ventas	366
Tabla 32	Niveles mínimos de ventas	367
Tabla 33	Ingresos por ventas	371
Tabla 34	Proyección de costos	372
Tabla 35	Estado de resultados pro forma	374
Tabla 36	Matriz de calificación de impactos	411
Tabla 37	Categorías del VIA	412

INTRODUCCIÓN

El desarrollo económico y social del departamento de Chalatenango debe de ir acompañado de un desarrollo equilibrado de los diferentes sectores económicos de la zona: la agricultura, ganadería y el comercio. No obstante, es necesario que se busquen nuevas maneras para alcanzar dicho desarrollo sobre la base de las actividades que actualmente se realizan tomando en cuenta que se deben proporcionar a estas un valor agregado. Por otro lado, también se deben de considerar los impactos que se podrían tener en lo cultural, ambiental.

Para contribuir al desarrollo económico de la Chalatenango, proponemos la creación de un modelo de asociación que integre subsectores y que aproveche sus actividades actuales para proporcionar servicios agroturísticos y de esa manera generar ingresos de manera directa e indirecta.

Para lograr lo antes expuesto, en primer lugar se realizó una investigación de la situación actual del departamento y de los factores nacionales que pudieran influir en la creación de dicha asociación. También se hizo necesario hacer una recopilación de experiencias agroturísticas y de estudios previos a nivel latinoamericano para hacer una conceptualización la solución. En segundo lugar se identificaron y describieron los subsistemas que compondrían el modelo de sistema agroturísticos. La integración de todos los elementos constituye el modelo de asociación que se propondrá a los subsectores (agricultores, artesanos, ganaderos) de ese departamento y en general a cualquier persona interesada en participar de los beneficios que conlleva el modelo.

Posteriormente se realiza un estudio económico-financiero en el que se presentan las inversiones necesarias, el cálculo de costos de proporcionar los servicios agroturísticos, la determinación del precio de venta y la evaluación financiera para establecer si el modelo propuesto es rentable.

Finalmente se establecen las repercusiones tanto sociales como ambientales que tendrá el modelo y un plan piloto de cómo debe de ejecutarse.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL:

Diseñar un modelo de sistema agroturístico comprometido con las personas de manera que permita el aprovechamiento de sus principales actividades económicas y recursos naturales en diferentes zonas de Chalatenango, las cuales posean características de atractivo turístico a fin de diversificar las actividades económicas rurales de manera que se pueda contribuir al desarrollo socio económico sostenible de las zonas

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Realizar una investigación de la situación actual de los recursos turísticos del departamento de Chalatenango que puedan ser tomados en cuenta para el diseño de un modelo de sistema agroturístico.
2. Indagar sobre las diferentes estructuras económicas en Chalatenango para identificar aquellas que puedan ser parte directa e indirectamente al diseño de un modelo de sistema agroturístico.
3. Investigar sobre las experiencias en la implementación y desarrollo de las actividades agroturisticas a nivel nacional e internacional para establecer un marco de referencia para el diseño del modelo.
4. Establecer las herramientas necesarias de ingeniería de proyecto que formarán parte del modelo de sistema de agroturístico de manera que se pueda establecer las bases para el croquis del proyecto.
5. Determinar que tipo de infraestructura turística será la apropiada para el tipo de servicio que formaran parte del modelo a fin de disminuir los impactos ambientales y culturales.

6. Desarrollar los elementos administrativos y organizativos, así como los de las gestiones operativas necesarias para el buen desempeño del modelo.
7. Realizar las evaluaciones económicas financieras, social, genero y ambiental; para determinar costo, medios y formas de financiamientos así como también impactos en la cultura, educación y ambiente.
8. Establecer el conjunto de actividades, programación y organización necesarias para desarrollar el plan de implementación de un modelo de sistema agroturístico.

ALCANCES

- ✓ El desarrollo del modelo de sistema agroturístico comprenderá desde conocer los servicios prestados por cada uno de los asociados; hasta el plan de implementación del modelo de empresa considerando para ello las técnicas De Ingeniería industrial, es importante aclarar que no se incluirá la forma de cómo los asociados calculan sus ganancias sobre los productos que ofrezca.
- ✓ La propuesta de implantación DEL MODELO de sistema agroturístico abarca desde las actividades PARA EVALUAR LA una REGION, hasta los subsistemas que refieren A LA implementación de la asociación.
- ✓ El diseño de modelo de Sistema agroturístico; ESTÁ Orientado para Pequeños y medianos emprendedores, el cual tiene características de Flexibilidad geográfica para poder adaptarse tanto a la región de estudio como a otros lugares.
- ✓ El diseño del modelo se tomarán en cuenta aquellas zonas y actividades económicas con potencial turístico de Chalatenango que posean una actividad económica y quieran darle un valor agregado.
- ✓ El modelo abarcará las evaluaciones necesarias en el área económica, social y ambiental.
- ✓ Se realizará el diseño detallado para el plan de implementación del modelo.

LIMITACIONES.

- ✓ El calculo de los costos de cada uno de los servicios que los asociados proporcionaran a la asociación, no formaran parte del estudio, puesto que se partirá del servicio ya costeadado, pero se incluirá la promoción del servicio para garantizar en determinado momento la disponibilidad presente y futura del mismo.
- ✓ La información estadística en cuanto a los tipos de turismos, el comportamiento de los turistas y otros aspectos de interés que se utilizaran para efectuar el estudio, dependerán principalmente de los registros del ISTU, CORSATUR, CASATUR Y MAG, esto se debe a que mucha de la información a emplear solo esta registrada en estas instituciones.
- ✓ La escasez de información general y estadística sobre el agro turismo en el país, ya que es un nuevo concepto en el área de turismo.
- ✓ El poco apoyo por parte de gobierno central a las actividades económicas que se generan en el departamento, hace que los datos necesarios no se mantengan actualizados.

IMPORTANCIA

Los diferentes tratados de libre comercio que El Salvador ha estado haciendo desde el 2000 hasta estos días, ha provocado un desinterés en la inversión agropecuaria que por años había sido la principal fuente de trabajo para el área rural como lo es el sector agropecuario, por lo que los últimos gobiernos han apoyado más los que es el sector de educación y defensa y seguridad pública, al igual que los destinos sectoriales de crédito que han apoyado la manufactura y el comercio, devaluando cada vez más los productos que se realizan en las diferentes actividades rurales que se efectúan en estas zonas.

Para poder mantener las raíces y costumbres de nuestros antepasados y no convertirse en un país consumista, es necesario empezar a elaborar diferentes planes aprovechando los esfuerzos con los que se cuenta y las condiciones actuales que poseen las diferentes zonas y estructuras económicas en Chalatenango, que permita el desarrollo en el área y sobre todo mejore la condición de vida de los involucrados.

El desarrollo del modelo implica un cambio agregado y/o sustancial de la forma en las cuales las personas de la zona han manejado tradicionalmente las actividades económicas, ya que los involucrados deberán capacitarse para otorgar un buen servicio a todos aquellos potenciales visitantes.

En tal sentido, el Proyecto es importante por las razones siguientes:

- ✓ Formará opciones para el aprovechamiento de los diferentes cultivos de la zona, que actualmente no son bien remunerados.
- ✓ Originará el interés por las siembras cultivadas no tradicionales.
- ✓ Fomentará el desarrollo de los diferentes cultivos a través del valor agregado que se le dará con el modelo de sistema agroturístico.
- ✓ Animará la creación de nuevas fuentes de trabajo entre los involucrados en el modelo.
- ✓ Aprovechar el incremento de los recursos destinados al departamento de Chalatenango.
- ✓ También se permitirá que las actividades económicas rurales, tradiciones locales y regionales sean conocidas y contribuyan a la promoción del patrimonio salvadoreño
- ✓ El modelo implica la participación directa de la población.

Un modelo de sistema agroturístico permitiría diversificar la oferta turística y a promover las diferentes zonas del departamento de Chalatenango. Por otro lado se lograría la creación de nuevos empleos y la realización nuevas inversiones.

El modelo se implementaría en las zonas con potencial turístico lo cual conllevaría a una mejor distribución del flujo de ingresos de visitantes en el conjunto del territorio.

JUSTIFICACIÓN

En primer lugar la finalidad de realizar el “diseño de un modelo de sistema agroturístico para contribuir al desarrollo económico del departamento de Chalatenango”, no es el de resolver una problemática, sino más bien de aprovechar una oportunidad visualizada en el turismo ya que este último se perfila como una de las actividades de mayor crecimiento.

Por otro lado, de todos es conocido la crisis que sufre el sector agropecuario. La realización de un modelo de iniciativa de agroturismo permitiría minimizar en cierta medida la crisis del sector agrícola ya que se obtendrían mayores ingresos debido a la afluencia de turistas y a la vez se lograría consumo mayor de los productos de las comunidades en las zonas rurales del departamento de Chalatenango.

El departamento de Chalatenango se perfila entre los departamentos que posee menos desarrollo en relación a los demás ya que se encuentra entre los 5 peor posicionados en cuanto a la situación de pobreza con un 24.5% en pobreza relativa y 20% en pobreza extrema. Otros datos¹ que apoyan este hecho es el índice de migración es de -17.1 por cada mil, situación de analfabetismo es de el 15 %, población con acceso a agua en el área urbana es de 7% y en el área rural es de 48%, población infantil con peso insuficiente de en el área urbana es de 11% y área rural de 23% y población sin servicio de salud en el área urbana es de 15% y área rural de 49% , cuyos gráficos se presentan en el anexo antes mencionado. La realización del modelo de sistema contribuiría de cierta medida a resolver la problemática ya que se crearían fuentes de empleo, y habría un ingreso debido a los servicios prestados a los turistas así como también a la mayor venta de los productos locales, etc.

Chalatenango, es un departamento que posee una gran cantidad de recursos turístico, también se realizan muchas actividades económicas De lo anterior podemos decir que se justifica que se desee desarrollar el modelo de sistema agroturístico, el cual aproveche las ventajas en cuanto a potencialidades turísticas para contribuir a generar desarrollo.

¹ Encuestas de hogares de propósito múltiple 2003. Secretaria de reconstrucción nacional, comité de descentralización municipal. Cuantificación y localización de las necesidades básicas. 1996 (Proyecciones al 2004)

El modelo que se elaborará bajo el punto de vista de la ingeniería industrial proporcionará los lineamientos generales para la administración de recursos tanto económicos, humanos y otros como maquinaria y equipo necesarios; además de aplicar algunas técnicas de la rama que contribuyan y faciliten un mayor beneficio y aprovechamiento para quienes lo adopten.

CAPITULO I:

MARCO

CONCEPTUAL

A. GENERALIDADES DEL DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO.

1. Antecedente del departamento de Chalatenango².

El departamento de Chalatenango pertenece a la zona geográfica Central de la República de El Salvador; está limitado al N., NE. y E. de la República de Honduras; al S. con los departamentos de Cabañas, Cuscatlán, San Salvador, La Libertad y el Río Lempa de por medio; al SE., OE y NE. por el departamento de Santa Ana; su población es de 253,269 habitantes.

El nombre de Chalatenango, fue impuesto por los Pipiles ya que es de origen Náhuat. Su significado, según Larde y Larín es “Valle de Aguas y Arena” y proviene de “Chal” o “Sal” que significa arena; “At” quiere decir “Agua, Río” y “Tenango” que en la misma lengua se traduce por “Valle”.

Chalatenango data desde 1986 como distrito. Según el geógrafo Guillermo Dawson, el pueblo de Chalatenango obtuvo su título de Villa en el año de 1847. Sin embargo, don Alejandro Marure, un historiador, dice en sus “efemérides”, el 16 de febrero de 1831, se concede al pueblo de Chalatenango, el título de Villa. El 14 de febrero de 1855 se erigió en la cabecera departamental la Villa de Chalatenango, ya que en esta fecha, se declaró como departamento por decreto legislativo durante la administración del Coronel José María San Martín. Durante la administración del Licenciado Francisco Dueñas y por ley el 26 de enero de 1871, se le otorga el título de ciudad.

Para su administración, el departamento se divide en tres distritos, cada uno con sus respectivos municipios. El cuadro 1 siguiente nos muestra las categorías de las cabeceras municipales, cantones y caseríos que corresponden a cada municipio:

CUADRO 1: DETALLE DE LOS DISTRITOS DEL DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO.

DISTRITO	MUNICIPIOS	CIUDAD	VILLA	PUEBLO	CANTONES	CASERÍOS
CHALATENANGO	Chalatenango	1	-	-	6	36
	Arcatao	-	1	-	8	46
	Concepción	-	1	-	6	14

² MONOGRAFÍA DEL DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO. Estudio de Interés Legislativo, El Salvador, Noviembre de 2002. Asamblea Legislativa de la República de El Salvador

	Quezaltepeque					
	San Miguel de Mercedes	-	1	-	5	16
	San Francisco Lempa	-	1	-	2	2
	San Isidro Labrador	-	-	1	5	15
	Nueva Trinidad	-	-	1	7	56
	Nombre de Jesús	-	-	1	6	19
	San Antonio Los Ranchos	-	-	1	1	1
	El Carrizal	-	-	1	4	22
	San Antonio de la Cruz	-	-	1	4	29
	Las Vueltas	-	-	1	6	36
	Potonico	-	-	1	4	11
	San Luis del Carmen	-	-	1	5	10
	Azacualpa	-	-	1	2	4
	Cancasque	-	-	1	4	12
	Ojos de Agua	-	-	1	7	19
	Las Flores	-	-	1	6	23

DISTRITO	MUNICIPIOS	CIUDAD	VILLA	PUEBLO	CANTONES	CASERÍOS
TEJUTLA	Tejutla	1	-	-	15	58
	Nueva Concepción	1	-	-	11	113
	La Palma	1	-	-	8	60
	Citalá	-	1	-	8	53
	La Reina	-	1	-	7	40
	San Ignacio	-	1	-	7	39
	Agua Caliente	-	-	1	7	45
DULCE NOMBRE DE MARÍA	Dulce Nombre de María	1	-	-	10	35
	San Fernando	-	1	-	5	16
	La Laguna	-	-	1	5	13
	El Paraíso	-	-	1	3	8
	San Francisco Morazán	-	-	1	10	21
	San Rafael	-	-	1	4	14
	Santa Rita	-	-	1	5	14
	Comalapa	-	-	1	4	20
TOTALES		5	8	20	197	920

Chalatenango, está bañado por 15 ríos, entre ellos el Río Lempa, el más importante del país y el Sumpul el segundo en importancia departamental y principal límite con Honduras; cuenta con dos presas hidroeléctricas denominadas: Cerrón Grande y 5 de Noviembre, de importancia económica a nivel nacional. Entre sus cerros principales podemos mencionar: Casampulga, La montaña, El pital, Tierra sumida, Negro, El volcancillo, Carrizalón, Montecristo, Ojo de agüita, Volcancillo y Malcotal. Con una extensión aproximada de 2,016 km² y con una población 196,600 habitantes.

Entre los productos agrícolas más cultivados están los granos básicos, el henequén, el café, frutas, plantas hortenses caña de azúcar, frutas, algodón, café, semillas oleaginosas, pastos, productos forestales, ajo, cebolla, papa, plantas hortenses, añil y vegetales. Existe la crianza de ganado vacuno, porcino, caprino, mular y bovino; lo mismo que de aves de corral selvicultura. Además, hay yacimientos de yeso, oro, cal, arcilla plomo, plata y zinc.

Entre las principales industrias del departamento y dado que éste no figura entre los más industrializados a nivel nacional, podemos mencionar las siguientes: la elaboración de productos derivados de la leche, productos derivados del henequén, dulce de panela, concentrados para animales, telas hechas a mano, alfarería, atarrayas para pesca, la pesca de manutención (especialmente en el Río Lempa), cordelería, explotación de cal y otros. En algunos municipios abunda cal, arcilla y yeso.

En épocas anteriores tuvo mucha fama debido al comercio del añil que realizaban en la ciudad de Chalatenango. Los añileros instalaban las ventas en los portales situados en el barrio El Centro, éstos aún se conservan. Actualmente hay comercio de ropa tejida y de partida, calzado, panaderías, dulcerías, refresquerías, alimentos, frutas, artículos religiosos, de uso doméstico y santuarios y variedad de golosinas.

Las vías de comunicación más importantes del depto. es la (CA-4), que lo atraviesa en sentido de N. a S., enlazando las poblaciones de Citalá, San Ignacio, La Palma, Tejutla y Aguilares con la ciudad capital.

B. GENERALIDADES DEL TURISMO

1. Definición de turismo tradicional y rural.

a. Turismo tradicional.³

Consideramos al turismo como un fenómeno social que ha estado vinculado a las estructuras socioeconómicas desde su origen. La base de este fenómeno reside en la forma que el ocio y el tiempo libre fueron adoptando históricamente. En la Antigua Grecia, se afirma

³ Jorge Chávez De La Peña. “Desarrollo sustentable y ecoturismo”. Noviembre 11 de 1997. Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. México.

"que la actividad del ocio era la contemplación, la mas alta actividad, ya que era parte del hombre que le igualaba a los dioses, la que mas le distinguía de los animales. La contemplación es divina, ya que es una actividad igual a la de Dios." El ocio se convertiría en un tiempo libre de trabajo y ocupado "especialmente en obras de ingenio, porque estas se toman regularmente por descanso de otras tareas." Sin embargo, el ocio adquiere también un significado económico, ya que su practica genera utilidades que llegan a formar parte de toda una industria, particularmente a partir de la Revolución Industrial, momento en que la jornada laboral se reduce y deja un "tiempo libre" que da margen para que el individuo cree de nuevo su capacidad física e intelectual, se "recree", goce de un tiempo de "re-creación" para si mismo. En este lapso van a gastar parte de su ingreso en otra de las necesidades fundamentales, la recreación, que se una a los conocidos indicadores básicos de bienestar y calidad de vida del ser humano:

- | | | |
|-----------------|------------|--------------|
| a) Alimentación | c) Trabajo | e) Educación |
| b) Vivienda | d) Salud | |

De esta manera, los recursos que sustentan la actividad turística adquieren un valor económico también y se complementan con las estructuras necesarias para lograr la satisfacción del objetivo turístico. Esto incorpora al mercado ya no solo aquellos insumos necesarios para la industria, sino que el tiempo libre y su forma lúdica, la recreación, se convierte también en parte de esa llamada "industria". Sobre este aspecto, se considera importante aclarar el porque del termino "industria turística", ya que es una incongruencia seguir llamando a este fenómeno "Industria turística", a menos que se este uno refiriendo a las empresas turísticas que sirven de apoyo a la actividad, tales como los hoteles, agencias de viajes, sistemas de reservaciones, restaurantes, etc., pues se desprende que dichas empresas participan de uno u otro momento, pero en forma parcial

El turismo, como forma recreativa, tiene un auge cada vez mayor ya que el avance científico y tecnológico facilita el acceso a un cada vez mayor porcentaje de población, hasta llegar al turismo masivo del Siglo XX. Es decir, el turismo se convierte en un producto comercial, y así se maneja hasta nuestros días:

"El turismo visto como sistema esta integrado por un conjunto de partes o subsistemas que se relacionan para alcanzar un objetivo común."

"Los objetivos del sistema turístico están dirigidos tanto a los turistas como a los individuos que ocupan permanentemente el espacio en el cual se manifiesta el turismo, las comunidades locales o receptoras, integradas por personas que llegan a ser junto a los turistas los privilegiados del sistema."

Clare A. Gunn, en su libro "Tourism Planning", considera también a este fenómeno desde un punto de vista sistémico y lo denomina "Tourism Functional System", señalando como sus componentes los siguientes:

- Tourists (Turista)
- Transportation (Transporte)
- Attractions-Services-Facilities (Atracción-Servicio-Facilidades)
- Information-Direction (Información-Dirección)

dando a cada uno un contenido específico, que complementa todo el proceso turístico.

En conclusión turismo se define como: "todas las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros".

b. El turismo rural⁴

En principio, turismo rural es todo aquel que se desarrolla en áreas rurales, cuando se intenta fomentar la implantación estas actividades turísticas, en España, se toma como modelo las experiencias que habían sido llevadas a cabo sobre todo en Europa, Francia Austria, Gran Bretaña Por una parte, los diferentes términos utilizados en estos países la descentralización político-administrativa, hacen que en España aparezca una gran variedad terminológica.

En principio, y por extensión, el término turismo rural hace referencia a cualquier tipo de turismo que tenga como marco, o como lugar de desarrollo el mundo rural. De este modo, también puede ser considerado como turismo rural, aquel, que en el medio rural pretendiese extraer el máximo beneficio a costa de todo, es decir sería un turismo no sostenible. Sin embargo cuando hacemos alusión al turismo rural no estamos pensando en este tipo de turismo, sino que de forma inmediata lo relacionamos con un turismo respetuoso con el medio ambiente y abiertamente opuesto al turismo desarrollista. Esta matización puede darnos idea

⁴ Carmen Lorés Domingo. "Agroturismo: nuevos productos y servicios turísticos en el medio rural". Universidad Nacional de Educación a Distancia

de la gran confusión que existe, en cuanto a la terminología del turismo rural se refiere. En general hay dos criterios bajo los cuales se agrupan todo este tipo de nominaciones turísticas:

- i. Ser un turismo que pretende un bajo impacto medio ambiental.
- ii. Ser un turismo no de masas.

Partiendo de estos dos principios encontramos toda una serie de nombres que en la mayor parte de los casos expresan una idea similar de turismo pero con diferentes matizaciones; Turismo Rural, Turismo Verde, Ecoturismo, Agroturismo.

Convenimos que Turismo rural es pues, cualquier actividad turística desarrollada en el medio rural, ahora bien el turismo rural debe tener en cuenta unos principios básicos que son:

- iii. Sostenibilidad. Es decir un uso racional del medio, compatible con su conservación y mantenimiento
- iv. Planificación. El turismo rural debe obedecer a unos criterios ordenados que conlleven la minimización de los impactos negativos y que hagan posible la sostenibilidad de los proyectos
- v. Revitalización socio-económica local. De lo contrario no sirve para nada, se promociona el turismo rural como una forma de ayuda a las economías agrarias y como una fórmula de mantenimiento del mundo rural.
- vi. Calidad. La calidad en el turismo rural viene dada tanto por la no masificación como por la autenticidad de la propia oferta y por la calidad y variedad de la oferta complementaria (deporte, cultura.....)

El Turismo rural nos parece una formula que desde el punto de vista socio-económico cumple varios objetivos:

- i. Ser compatible con el desarrollo sostenible.
- ii. Generar rentas suplementarias para el sector primario.
- iii. Permitir la supervivencia de los habitantes del mundo rural sin que este se abandone.
- iv. A través de la supervivencia citada a la que se alude en el punto anterior, se convierte en un factor de conservación del medio ambiente, ya que ayuda a mantener el equilibrio medio ambiental.

Entre los productos y servicios más importantes tenemos:

- i. Casas rurales. Pueden ser con fórmula agroturística o no. Ésta denominación se utiliza para: Casas completas o alojamientos compartidos en la vivienda familiar del titular
- ii. Apartamentos rurales, suelen ser pequeños bloques de hasta 6 apartamentos,

- iii. Hoteles rurales, pequeños hoteles familiares, sobre todo al principio, como hasta unas 20 habitaciones. En ocasiones se utilizan edificaciones singulares rehabilitados; conventos, molinos, bodegas de vino. Etc...
- iv. Albergues. Es decir alojamientos en habitaciones compartidas con otros clientes, baño compartido etc....
- v. Villas de vacaciones, rehabilitación de pueblos deshabitados....
- vi. Campings rurales, pequeños campings sobre todo allá dónde la oferta convencional no existe.
- vii. Granjas-Escuelas
- viii. Restaurantes rurales

2. Antecedentes del turismo en El Salvador

En el año de 1924, durante la administración del Doctor Alfonso Quiñones Molina, el gobierno de El Salvador, consciente de la importancia que representaba la industria del turismo en el país, tanto para los nacionales como para los extranjeros, acordó la creación de la primera "Junta de Fomento al Turismo y Propaganda Agrícola e Industria"; a fin de establecer nuevas relaciones que beneficiaran al comercio, la industria y la agricultura; también con el objetivo de mostrar el grado cultural y dar a conocer los adelantos, lugares históricos, de recreo y de interés científico.

Sin embargo, se carece de información sobre actividades relacionadas con el turismo, realizadas por las Juntas de Fomento, y fue hasta en 1930 cuando se creó la Junta Nacional de Turismo, la cual desarrolló las primeras campañas de fomento al turismo a nivel nacional durante el gobierno del Doctor Pió Romero Bosque⁵.

En el transcurso de los años '40, se crearon las Juntas de Progreso y Turismo, las cuales funcionaban en cada departamento de la República, con el objetivo de incrementar el progreso material en beneficio del Sector Turístico; estas juntas desaparecieron con la formación del Departamento de Fomento de la Industria Turística (1960).

⁵ Fuente: Instituto Nacional de Turismo, Historia del Instituto Nacional de Turismo ISTÜ, 1999

No obstante, a base de esfuerzos realizados por dicha junta fue inaugurado el primer turicentro del país denominado "Parque Balboa" (San Salvador), nombrado así en memoria de Vasco Núñez de Balboa descubridor del Océano Pacífico.

En el año de 1953, siendo presidente de la República el Teniente Coronel Osear Osorio, el turismo había crecido en el país y se notaba la necesidad de mejorar e incrementar la infraestructura a fin de proporcionar un servicio que respondiera a la necesidad de alojar adecuadamente a los visitantes extranjeros; esto motivó la creación de la "Ley de Fomento de la Industria Hotelera".

Entre los aportes significativos de esta época se pueden mencionar la inauguración de los turicentros de Atecozol (1951) y los Chorros (1952), como fruto del desarrollo de las funciones de las juntas de turismo, ya que era de interés general el aprovechamiento de las bellezas naturales del territorio para crear parques y otros sitios turísticos.

El Directorio cívico Militar, que había derrocado al entonces presidente. General José María Lemus (1961), consideró que era conveniente la formación de un organismo con autonomía y personería jurídica para que administrara al sector de la industria turística, por lo que decretó la creación y ley del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), con el propósito de realizar la promoción y estímulo del turismo en todos sus aspectos.

Como aporte final de las Juntas de Turismo en este periodo, decretaron el embellecimiento de los alrededores de la Laguna de Apastepeque (San Vicente) a principios de la década de los '60 ya que se consideró un lugar con atractivo para el turismo. A partir de 1970, época considerada como los años de oro del turismo en El Salvador, debido a que contaba con una vida económica y política caracterizada por una relativa estabilidad; fue entonces durante el gobierno precedido por el Coronel Arturo Armando Molina que se dio énfasis a la industria turística y se delegó al Banco Central de Reserva para que la desarrollara, ya que para esta época era considerada como fuente generadora de ingreso y empleo.

En 1975, como resultado del esfuerzo orientado a la explotación del turismo se logró la sede del certamen "Miss Universo" uno de los eventos de belleza más importantes en el mundo, que proporcionó al país la oportunidad de solidificar las bases de este sector, esto permitió una mayor afluencia de turistas extranjeros y a la vez desarrollar la industria hotelera; en la cual sólo se contaba con el Hotel San Salvador (destruido por el terremoto de 1986) y el Hotel El Salvador Intercontinental, actualmente Hotel Radisson Plaza. Además en este

periodo, nació el proyecto de construcción del Teleférico San Jacinto (San Salvador) y el Autódromo El Jabalí (La Libertad); asimismo se implementaron programas de fomento turístico tales como: la creación de buses alegres, caminatas y campamentos; colocando al país en el primer lugar a nivel Centroamericano en la industria del turismo.

A finales de los años '70, al margen de todas las iniciativas para el aprovechamiento del sector y después de una larga dictadura militar que finalizó con el golpe de estado al entonces presidente General Carlos Humberto Romero (1979), se inició la crisis política y el clima de violencia que desató el conflicto armado a lo largo de los años '80. Este hecho ocasionó un detrimento en todos los aspectos relativos al turismo, y el mismo país sufrió un retroceso económico, social y político. Sin embargo, algunos hoteles implementaron programas para mantenerse en la industria tales como: Noches Mejicanas y Noches de Cumbias.

Con la firma de los acuerdos de paz (Chapultepec México 1992), siendo presidente el Licenciado Alfredo Cristiani se dio fin al conflicto armado. Por este tiempo el país comenzó a recobrar los niveles de visitas de turistas extranjeros (Ver Anexo 1)⁶, sin embargo, este hecho se vio limitado por un alto índice de violencia e inseguridad social en las zonas turísticas, debido a las secuelas que dejó la guerra y colocó al país en el último lugar a nivel Centroamericano en la industria turística. Además aparecieron bandas de crimen organizado y delincuenciales, la formación de maras en distintas zonas del país que originaron un crecimiento lento del sector.

En 1996, se proporcionó una reestructuración a la administración de la industria, creando una institución que coordinara la afluencia de turistas a nivel nacional y principalmente los del extranjero denominada Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) y dejando al ISTU únicamente la administración de los turicentros nacionales (parques y balnearios); esto sucedió durante el gobierno del Doctor Armando Calderón Sol como una estrategia para hacer resurgir el turismo.

En el año 2001 el país es afectado por los desastres naturales: dos terremotos (Enero - Febrero) que causaron pérdidas materiales, económicas y humanas. Igualmente para el sector turístico, se originó un deterioro en las instalaciones, actualmente el turicentro Los Chorros se

⁶ Corporación Salvadoreña De Turismo - CORSATUR

encuentra cerrado al público por sufrir daños en la infraestructura, esto manifiesta una decadencia en el sector que limita el desarrollo y crecimiento de esta industria.

Además, la región centroamericana cuenta con una posición geográfica favorecida por los grandes atractivos turísticos que presentan sus riquezas naturales y culturales, así como su cercanía con dos grandes mercados desarrollados: el norteamericano y el sudamericano.

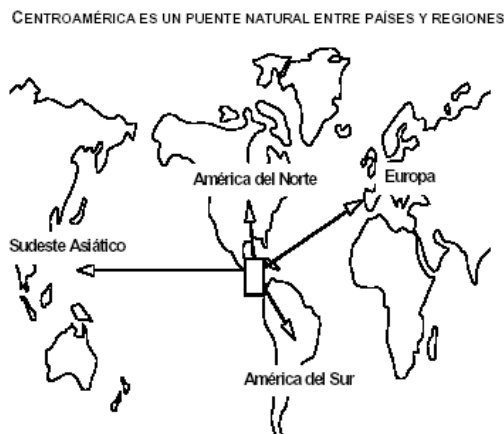


FIGURA 1

El Salvador como parte de esta región posee lugares históricos y recursos naturales tales como: Bosque El Imposible (Depto. de Ahuchapán), Bosque Nebuloso Montecristo (Depto. de Santa Ana), Bahía de Jiquilisco (Depto. de Usulután), etc. que se utilizan como atractivos turísticos; además cuenta con hoteles de alta categoría entre los cuales se pueden mencionar: Hotel Princess Zona Rosa (5 estrellas, Depto. de San Salvador), San Salvador Marriott Hotel (5 estrellas, Depto. de San Salvador), Holiday Inn (4 estrellas, Depto. San Salvador), etc.; y una red de transporte nacional aéreo (TACA Airline) y terrestre (Pullmantur, Puerto Bus, etc.) a fin de ofrecer opciones de descanso u otra actividad relativa al turismo, su desarrollo se presenta como una oportunidad para fortalecer la economía

El turismo es una actividad que aún se encuentra en desarrollo, de continuar las tendencias mundiales hasta el momento registradas, estima la OMT (Organización Mundial del Turismo) que el volumen de viajeros a nivel mundial alcanzó para el año 2000 un total de 660 millones de turistas y para el 2010, alrededor de 930 millones.

Uno de los tipos de turismo que más se ha desarrollado en los últimos años y se encuentra en una fase de crecimiento es el ecoturismo; éste plantea el desarrollo turístico al

mismo tiempo que se preservan y aumentan los recursos y el medio ambiente; busca proteger, conservar y desarrollar las zonas naturales patrimoniales en beneficio de la calidad de vida de la población y sin alterar las costumbres de ésta.

Se calcula que el crecimiento del sector turismo se dará a una tasa promedio del 4,1 por ciento para las próximas dos décadas. Dentro del turismo, el ecoturismo es una de las puntas de lanza de mayor crecimiento y de las más atractivas formas de turismo a nivel mundial. Según el World Resources Institute los viajes a sitios naturales, en 1990, se encontraban creciendo a una tasa entre el 10 y el 30 por ciento.

Al observar la evolución del turismo, en las dos últimas décadas, es notable como se ha transformado de una actividad relativamente sin importancia, a una auténtica industria con diversos campos de desarrollo, que ha impactado en la generación de empleo y de divisas (VER ANEXO 2)⁷. Por ejemplo en América Central, el turismo en El Salvador registra una tasa de crecimiento del 2.0% para el año 2001, esto debido a que el turismo centroamericano depende en un 85% del mercado americano⁸. Con base a lo anterior se puede deducir la razón por la cual para muchos países esta actividad constituye un factor primordial de su economía nacional.

La importancia de la actividad turística ya fue reconocida en el Congreso Interamericano de Turismo, en su primera reunión extraordinaria efectuada en Río de Janeiro (Brasil) y se le denominó Declaración de Río de Janeiro⁹. El turismo es una fuerza cultural, económica y social que impacta en todos los sectores, complementa los elevados objetivos de paz y de cooperación entre las naciones; éstas son algunas de las consideraciones que se toman como base para establecer los propósitos de la mencionada declaración. La actividad turística tiene incidencia en muchos sectores y factores, ya que la recreación como parte del desarrollo integral de los individuos, constituye el inicio de la demanda, y a partir de lo cual se genera el desarrollo económico, social, político y cultural

⁷ Boletín estadístico CORSATUR

⁸ Organización Mundial del Turismo, Word-tourism.org

⁹ Cárdenas Tabares, Fabio. Comercialización del Turismo, 3*ed. Editorial Trillas 1999

3. Antecedentes del turismo en el departamento de Chalatenango.

Uno de los departamentos con un grado considerable de turismo, es el departamento de Chalatenango, por sus atractivos climas como lo son las sabanas tropicales calientes (tierra caliente), el cual abarca un setenta por ciento del área total del Dpto. y el otro treinta por ciento es un clima tropical de altura (tierra fría), siendo este último mayormente explotado para el área turística.

Entre los principales centros recreativos que podemos mencionar tenemos:

- Agua fría, ubicado en el municipio de Chalatenango.
- Miramundo, ubicado en el municipio La Palma.
- Las Pilas, ubicado en el municipio de San Ignacio
- Hotel Entre Pinos, ubicado en el municipio de San Ignacio
- Piedra movediza de cinco metros de altura; una laguna en los suburbios del pueblo de Agua Caliente, en la cual hay aguas termales; también hay aguas termales en el caserío El Jute, cantón Agua Zarca y un salto de agua en el río Metayate.
- Cuevas de Shuntrún y los vestigios arqueológicos en los Sisimiles, ubicado en el municipio de San Ignacio.
- Las Grutas de El León y El Duende, ubicado en el municipio de La Reina.
- La poza de la Canastía y el Peñón de Cayaguanca, ubicado en el municipio de Citalá
- El Parque Acuático Splash, ubicado en el municipio de Nueva Concepción.
- Parque ecológico El Manzano, ubicado en el municipio de San Fernando.

Entre los municipios de mayor atracción turística podemos mencionar *La Palma*: es un pueblo pintoresco de clima fresco y bellos paisajes. Las artesanías más sobresalientes son labradas en madera con motivos que representan al pueblo, con colores pintados muy llamativos, además, trabajos hechos en telas confeccionadas con bordados muy finos. La Palma se ha convertido quizás en uno de los lugares más famosos del país por la elaboración de la artesanía que consiste en madera pintada. Este tipo de artesanía, de idea original de Fernando Llorca, ha dado la vuelta al mundo, ya que además se plasma en las toallas de calidad de exportación Hilasal. En *Concepción Quezaltepeque* se elaboran hamacas en hilo de

algodón. Además, los pobladores elaboran mantos y cortinas en crochet. En el cantón El Pinar, en San Ignacio, se dedica exclusivamente a los bordados de camisetas, cojines, cuadros, batas y artículos para el hogar. En *San Ignacio* se elaboran artículos de madera de pino, los cuales son decorados con motivos florales antiguos

En la actualidad se están dando ciertos impulsos encaminados a dar apoyo para el desarrollo de agroturismo uno de estos es: “Plan Estratégico para el Impulso y Desarrollo del Agroturismo en El Salvador” que el Gobierno lanza hoy en Chalatenango.

Para desarrollar el agroturismo a escala nacional, las diferentes carteras de Estado involucradas en el proyecto pretenden dar capacitación a los productores de las zonas rurales por medio de talleres y desarrollar una infraestructura adecuada para albergar a los visitantes. Entre las acciones a corto plazo que se tienen previsto llevar a cabo destacan la generación de hostales.

4. Definición de agroturismo

La agricultura nacional ha visto como a lo largo de los años su rentabilidad ha ido disminuyendo considerablemente con las consecuencias muchas veces desastrosas. A partir de esta situación surge una actividad complementaria a la actividad diaria del campo y que viene a suministrar ingresos alternos a los obtenidos directamente de la Agricultura. Esta nueva opción se denomina Agroturismo, que se ha desarrollado principalmente con el respaldo de dos grandes actividades económicas: la actividad agrícola y la turística, permitiendo la evolución y difusión de unas de sus expresiones.

a. ¿Qué es el agroturismo?

Por agroturismo se entiende una actividad turística que se desarrolla en un espacio rural y que consiste en retornar al conocimiento del mundo rural, viviendo y participando de la cultura, actividades agropecuarias, tradiciones propias de sus habitantes, como respuesta al desarrollo de una sociedad moderna que cada vez está más alejado de sus tradiciones.¹⁰

¹⁰ Ing. Felipe Atilio Rivas Rivera. Coordinador Unidad Ambiental Sectorial. ODE-MAG. Documento preparado para el Foro: Fomento al Ecoturismo como herramienta de Desarrollo Económico. Asamblea Legislativa, Chalatenango, 28 de junio de 2002.

Este turismo se localiza principalmente en el interior del país, aunque ya hay comunidades de turismo tradicional de litoral que también las ofertan, y permite practicar ciertas actividades y deportes que nos contactan con la naturaleza (senderismo, rutas en bicicleta, a caballo), o simplemente la contemplación de los paisajes. Cuando se realizan actividades típicas de la tierra éste turismo se convierte en Agroturismo.



El Agroturismo incluye el alojamiento compartido o independiente en la vivienda de los propietarios, dedicados a la actividad ganadera, agrícola o forestal. Se trata de reactivar las zonas más deprimidas con una mejora de su calidad de vida, complementando las actividades económicas tradicionales con las turísticas.

Así mismo, es una actividad que integra a toda la familia campesina y resguarda sus costumbres y tradiciones. La idea es que la agricultura familiar campesina tenga nuevas alternativas de negocio a través de las cuales pueda complementar y/o diversificar sus ingresos. El agroturismo es mucho más: por el hecho de que sus viviendas tienen una capacidad limitada, lo que permite disfrutar de una estancia tranquila, sin aglomeraciones, recibiendo un trato familiar y en contacto directo con el mundo rural y la naturaleza.

En lo que respecta al agroturismo como actividad de ocio, ha habido un magnífico grado de aceptación desde el comienzo, principalmente por parte de la población urbana. La posibilidad de disfrutar de la naturaleza, de la tranquilidad, conocer el medio rural y su cultura a un precio atractivo es algo deseado por un amplio mercado y al que pueden tener acceso un amplio colectivo (turismo de negocios, parejas, familias, tercera edad, niños, etc.).

Con referencia a su vertiente económica, además de la cifra de negocios correspondiente a conceptos tales como alojamiento, restauración, actividades de ocio, hay que destacar otros aspectos beneficiosos como:

- La rehabilitación del patrimonio arquitectónico y cultural
- La reactivación de la economía local
- Comercialización directa de los productos agroalimentarios y artesanos
- Reconocimiento del papel de la mujer en el medio rural
- La dignificación del papel del agricultor en la sociedad
- Intercambio cultural-urbano

- Transmisión real, objetiva, natural de la realidad socio política cultural de esta sociedad

La acogida en el agroturismo, en un edificio confortable, integrado en una explotación agraria o cercano a la granja, acerca un nuevo e insospechado mundo al viajero: el día a día de la vida en el campo, con todas sus actividades agrarias y ganaderas, con sus peculiares platos típicos, con sus productos caseros o biológicos, y con las múltiples artesanías que de tales actividades se desprenden.

Y en un marco privilegiado donde todos los recursos naturales son objeto de un cuidado y protección especial. Para vivir en plena naturaleza, dentro de ella, junto con quienes armonizan con ella el correr de las horas y de los días, y de ella viven y se procuran el sustento; para compartir con agricultores y ganaderos sus experiencias al calor del fuego o en la intimidad de un corredor con su hamaca. Agroturismo podría entenderse también como el conjunto de actividades organizadas específicamente por agricultores en complemento de su actividad principal, a las cuales se invita a participar a los turistas y que constituyen servicios por los cuales se cobra.

Consiste en preparar un sector agrícola o ganadero, para ofrecer tours a los turistas. El tour incluye, además de las explicaciones sobre el proceso de producción y comercialización una degustación al final del mismo, lo mismo que la venta de productos. También puede ofertar una gran diversidad de servicios dentro de sus instalaciones y otro tipo de servicios de recreación sana y respetuosa del medio ambiente.

5. Antecedentes del agroturismo en El Salvador

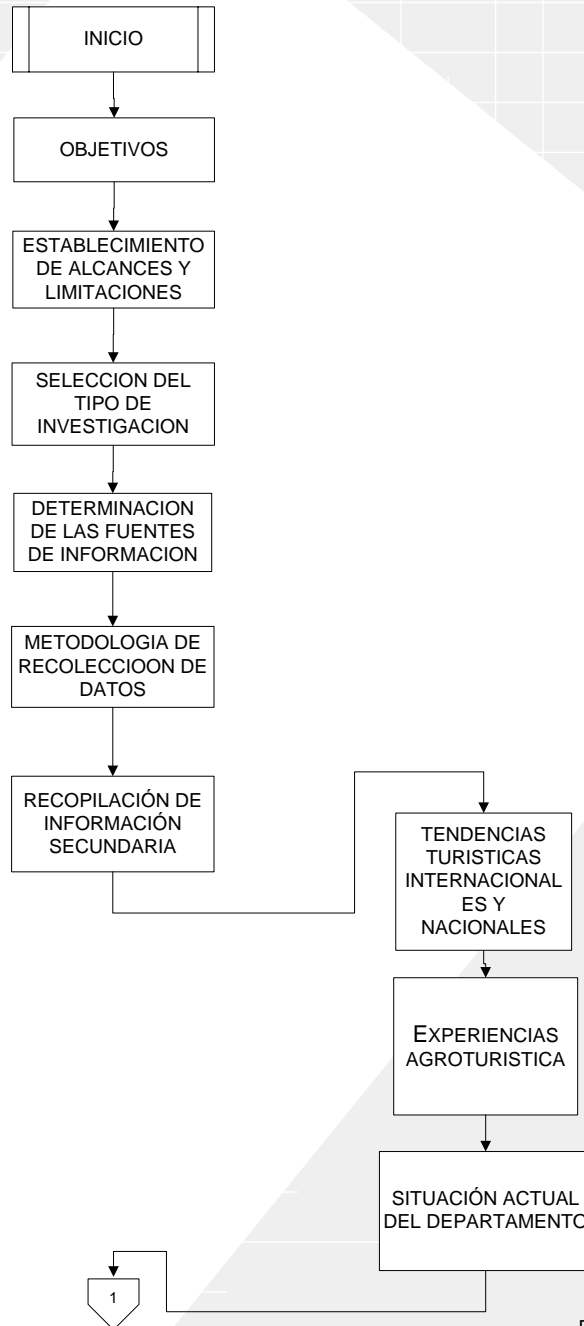
El agroturismo aunque es nuevo en el país actualmente existen cinco empresas especializadas en el ramo, como son La Montañona, Chaguantique, La Gloria, Tecolote y Lempa Tours. Estas compañías se encargan de transportar a los turistas a fincas de café, nacimientos de agua, plantaciones de diversos cultivos en donde el visitante puede participar en el proceso de mantenimiento de los bienes naturales.

Esta actividad permite el aprovechamiento de las características propias del trabajo que se desarrolla en el área rural complementando las posibilidades de generación de ingresos.

CAPITULO II:
INVESTIGACION,
DIAGNOSTICO Y
CONCEPTUALIZACIÓN

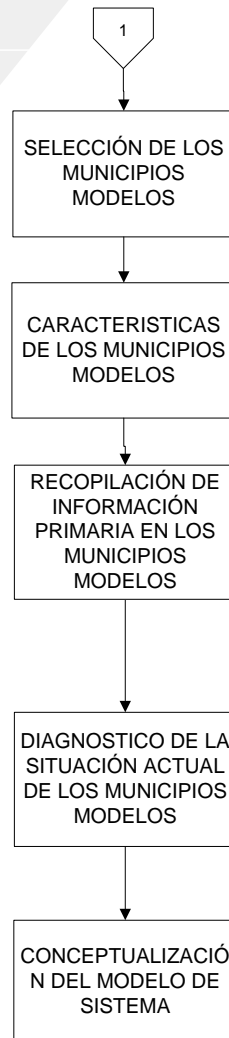
METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN PARA LA ETAPA DE DIAGNOSTICO

PASOS DE LA INVESTIGACION



Continuación....

CONTINUACION DE LOS PASOS DE LA INVESTIGACION



A. SELECCIÓN DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para poder realizar el diagnóstico de la situación actual requerida para realizar el: “Diseño de un Modelo de Sistema Agroturístico para contribuir al desarrollo socio-económico Del departamento de Chalatenango”, se requiere de dos tipos de investigación:

1. Investigación Exploratoria.

Este tipo de información nos sirve para aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos. Los estudios exploratorios en pocas ocasiones constituyen un fin de sí mismos, por lo general determinan tendencias, identifican relaciones potenciales entre variable y establecen el tono de investigación posteriores más detalladas.

Este tipo de investigación, se hace necesario porque permite orientar y reforzar información sobre diferentes factores a evaluar para seleccionar los sitios adecuados, a los que se les realizara el diseño. Además se considera precisa, ya que al revisar literatura y algunas revistas previas revelaron que únicamente existen ideas vagas sobre nuestro problema en estudio.

2. Investigación descriptiva.

Los estudios descriptivos, buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar.

La investigación descriptiva en comparación con la naturaleza poco estructurada de los estudios exploratorios, requiere considerable conocimiento del área que se investiga para formular las preguntas específicas que busca responder.

Este tipo de investigación se hace necesaria, ya que se busca profundizar en una serie de variables o características específicas del estudio y que se consideran relevantes o de interés, estas se basa en entrevistas y/o encuestas, para obtener una información más detallada de la situación actual de turismo y la agricultura en el departamento de Chalatenango, así como también de las experiencias de turismo rural a nivel nacional e internacional.

B. DETERMINACIÓN DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN

Para la realización de la investigación se recurrió a dos fuentes de información; *Las Primarias*: que consisten básicamente en investigación de campo por medio de entrevistas y otras herramientas. *Las Secundarias*: que se integran con toda la información escrita existente sobre el tema, ya sea estadísticas o datos de empresas relacionadas con el estudio.

1. Fuentes de datos secundarios

Son fuentes que permiten reunir información escrita que existe sobre el tema, ya sean estadísticas del gobierno, libros, datos de la propia empresa o proporcionados por boletines, revistas, documentales, etc. Para nuestro estudio se cuentan con las siguientes fuentes que pueden apartar información secundaria:

- Alcaldía Municipal de Chalatenango
- Programa de Salvadoreño de Investigación Sobre Desarrollo y Medio Ambiente PRISMA
- Asamblea Legislativa Departamental Chalatenango
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. MAG.
- Fundación Para La Cooperación y Desarrollo Comunal De El Salvador CORDES
- Corporación Salvadoreña de Turismo. CORSATUR
- Instituto Salvadoreño De Turismo ISTU
- Cámara Salvadoreña de Turismo. CASATUR
- Asociación Ecológica de Chalatenango ASECHA
- Comité Ambiental De Chalatenango CACH
- Ministerio de obras públicas MOP
- DYGESTIC División de Cartografía
- Corporación de Municipalidades de la Republica de El Salvador COMURES

2. Fuente de datos primarios

Las fuentes primarias de información están constituidas por: 1) agricultores, 2) asociaciones, 3) por entidades gubernamentales o no gubernamentales cuya actividad gire alrededor del agro y el turismo así como el medio ambiente. Entre las fuentes utilizadas tenemos:

- **Encuestas.** Estas se realizarán a estructuras organizativas que realicen actividades que posean algún potencial turístico ya que éstas son las que tentativamente podrían formar parte del modelo.
- **Entrevistas.** Se entrevistarán diferentes entidades ya sea gubernamentales o no gubernamentales a través de entrevistas previamente estructuradas. La búsqueda de este tipo de información será de una manera sistemática para garantizar el éxito de los resultados.

1. Alcaldía Municipal de Chalatenango
2. Programa de Salvadoreño de Investigación Sobre Desarrollo y Medio Ambiente PRISMA
3. Asamblea Legislativa Departamental Chalatenango
4. Ministerio de Agricultura y Ganadería. MAG.
5. Fundación Para La Cooperación y Desarrollo Comunal De El Salvador CORDES
6. Corporación Salvadoreña de Turismo. CORSATUR
7. Instituto Salvadoreño De Turismo ISTU
8. Cámara Salvadoreña de Turismo. CASATUR
9. Asociación Ecológica de Chalatenango ASECHA y Comité Ambiental De Chalatenango CACH
10. Ministerio de obras públicas MOP

- **Observación directa.** Será necesaria para corroborar aspectos como: buen estado de vías de acceso, determinación de riesgos, potencialidad turística de lugares, etc.

C. MÉTODOLÓGÍA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Los métodos utilizados para recolectar los datos necesarios a ser utilizados en el análisis son:

1. Encuestas o entrevistas dirigidas

Para obtener la información primaria se diseñaron dos tipos de encuestas con el objetivo de mantener un orden de recolección de datos. Uno de las encuestas se elaboro especialmente para asociaciones económicas, con el propósito de obtener de ellos la información necesaria relacionada a la estructura organizativa que poseen y sus formas de trabajo, para poder establecer de una mejor manera la situación actual. La segunda encuesta esta dirigida a las familias, con el objetivo de conocer cual es la situación actual y determinar las condiciones de posible desarrollo turístico.

Ambos cuestionarios se dirigen asociaciones económicas y familias de los municipios seleccionados posteriormente. La encuesta se realizo en forma personal por los investigadores del estudio y simultáneamente se aclararon preguntas y respuestas cuando fue conveniente.

2. Entrevista personal

Por medio de la entrevista personal, se busco información que nos conduzca a datos específicos, para realizar la investigación, abordando para ello a las siguientes personas.

- | | |
|-----------------------------------|--|
| ▪ Ing. Geovanni Peñate | Asesor técnico de iniciativas agrícolas CORDES
Chalatenango |
| ▪ Lic. Aura Esther de Romero | Gerente Asamblea Legislativa Departamental
Chalatenango |
| ▪ Sr. Luis García | Gerente general de la alcaldía municipal de
Chalatenango |
| ▪ Ing Felipe Atilio Rivas Rivera. | Coordinador Unidad Ambiental Sectorial. ODE-
MAG |
| ▪ Ing. Francisco Calles | Asesor técnico de la mancomunidad La Montañona |
| ▪ Ing. Jesús Serrano | Secretario de la Asociación ganadera de
Chalatenango. AGACH |

- Sr. Mario Antonio Calderón Gerente de asociaciones agropecuarias del Ministerio de Agricultura y Ganadería
- Ing. Francisco Quinteros Encargado de actualización de datos de miembros INSAFOCOOP
- Ing. Gerber Guzman Asesor de la Dirección General De Estadísticas Agropecuarias del MAG. DGEA
- Sr. Jorge Pérez y Sr. Oscar Aguilar Promotores agrícolas de MAG para el departamento de Chalatenango
- Sra. Elena Lareiga de Rivera Gerente de planificaciones CORSATUR
- Lic. Ena Lopez Coordinadora de Información Cámara Salvadoreña de Turismo. CASATUR

3. Consulta bibliografía

Se consultaron diferentes fuentes bibliográficas de instituciones públicas y privadas, con literatura relacionada con el tema, para obtener datos que nos ayudaron a profundizar y orientar el diseño:

Ministerio de Agricultura y Ganadería. MAG

Dirección General De Estadísticas Agropecuarias del MAG. DGEA

Biblioteca Nacional de El Salvador.

Corporación Salvadoreña de Turismo. CORSATUR

Instituto Salvadoreño De Turismo ISTU

Cámara Salvadoreña de Turismo. CASATUR

División General de Estadísticas y Censos DYGESTIC División de Cartografía
Internet

4. Observación directa

La observación directa consiste en acudir a donde están las familias y asociaciones económicas, esto nos permitió tener en cuenta las actitudes, reacciones y/o intereses por el modelo de parte de los entrevistados. Además través de la observación directa se

complemento la información obtenida por los métodos descritos anteriormente sobre la situación actual del departamento de Chalatenango.

5. Consulta de referencia.

Se hacen necesarias las consultas de referencia cuando se requiera conocer datos o información específica, por medio de esta herramienta se logra profundizar en temas específicos mediante consultas y entrevistas a especialistas en materia de agroturismo.

D. RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN SECUNDARIA

1. Tendencias Turísticas

a. Internacionales

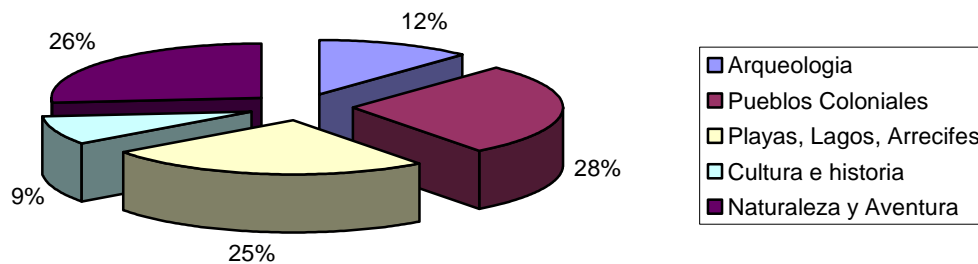
Las diferencias tendencias internacionales de visita que posee el turismo salvadoreño, de acuerdo a estadísticas proporcionadas por el CORSATUR¹¹, de acuerdo al año 2003, se presentan en el grafico 1, siendo las clasificaciones de los sitios turísticos las siguientes:

- ◆ Arqueológicas.
- ◆ Pueblos coloniales
- ◆ Playas, balnearios, lagos y arrecifes
- ◆ Cultura e historia
- ◆ Naturaleza y aventura.

País	Sitios Turísticos de Interés				
	Arqueología	Pueblos Coloniales	Playas, Lagos, Arrecifes	Cultura e historia	Naturaleza y Aventura
TOTAL	61,673	142,247	130,573	44,622	135,311

¹¹ Boletín Estadístico 2003 El Salvador. CORSATUR

GRAFICO 1
SITIOS TURISTICOS DE INTERES INTERNACIONAL



Como se puede analizar del gráfico las tendencias turísticas internacionales, existe un número cada vez mayor de viajeros que están preocupados por el estado de conservación del entorno y buscan realizar actividades deportivas, recreativas, culturales, de conocimiento histórico o de naturaleza.

Prueba de ello es el gran número de viajeros que visitan los pueblos coloniales con un 142,247 visitantes equivalente a 28%, los sitios turísticos de naturaleza y aventura ocupa el segundo lugar con un 135,311 de los visitantes extranjeros lo que equivale a 26%, un tercer lugar las playas, lagos y arrecifes con 130,573 visitantes con un 25%. Por ello, los destinos turísticos están basados en la calidad y en la convivencia con la naturaleza.

Se demuestra del gráfico que el turismo naturaleza y aventura supero en 2 puntos porcentuales en el año 2003 al turismo tradicional (Playa, lagos, arrecifes). Ello hace que se incrementen las posibilidades de que un departamento, municipio y/o cantón sea considerado turísticamente atractivo.

TABLA 1 INGRESOS POR TURISMO

INGRESOS POR TURISMO (US\$)							
2001-2002-2003							
Mes	2001	2002	2003	VARIACION ABSOLUTA		VARIACION RELATIVA %	
				03-01	03-02	03-01	03-02
TOTAL	235,080,640	342,214,920	372,959,430	137,878,790	30,744,510	58.7	9.0

Los turistas son cada vez más exigentes, lo que hace que ellos sean cada vez más conscientes de que el gasto que realiza debe traducirse en una relación calidad / precio correcto, exigiendo que las instalaciones y servicios sean plenamente satisfactorias, como puede observarse en la tabla 2.1 los ingresos por turismo para el año 2003 fue de: \$372,959,430, por lo que a mayor calidad del medio ambiente se esperaría un aumento significativo del ingreso por turismo.

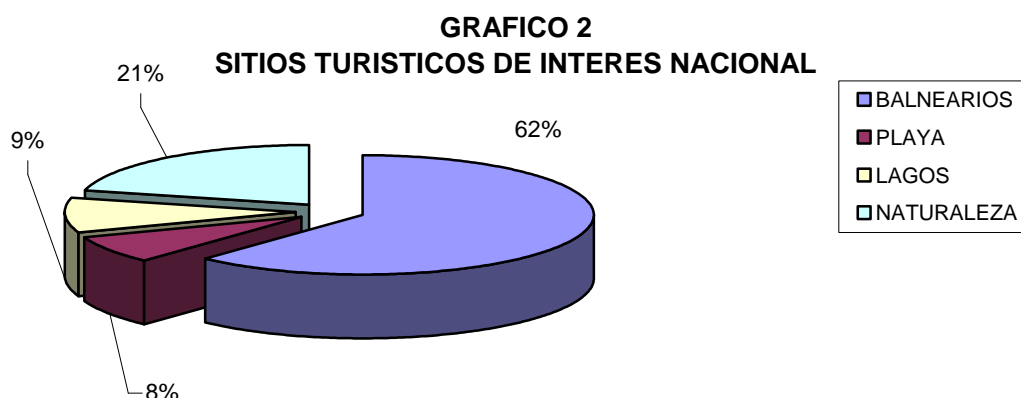
b. Nacionales

El turismo nacional se presenta de diferente manera, pues se divide en turismo privado y turismo estatal, siendo el primero de difícil acceso a la información, ya que es manejada por personas particulares y con fines de lucro. El segundo es manejado por el ISTU, controlando los diferentes parques nacionales del país, de tal manera que lo clasifica de la siguiente manera:

BALNEARIOS	PLAYAS	LAGOS	NATURALEZA
Atecozol	Costa Del Sol	Apulo	Parque Cerro Verde
Ichanmiche		Apastepeque	Parque Deininger
Sihuathuacan			Parque Balboa
Toma De Quezaltepeque			
Altos De La Cueva			
Amapulapa			
Agua Fría			

Sitios Turísticos de Interés

<i>Lugares</i>	Balnearios	Playa	Lagos	Naturaleza
<i>Total</i>	1,244,979	154,960	189,448	423,014



Del grafico anterior se puede decir lo siguiente: El tipo de turismo que tiene mayor afluencia de visitantes de acuerdo a estudios realizados por el ISTU son los balnearios con 1,244,979 de visitantes equivalente al 62% del total del turismo nacional, en segundo lugar tenemos el turismo de naturaleza con 423,014 visitantes equivalente al 21 %, un tercer lugar lo ocupa los lagos con 189,448 visitantes equivalente al 9%, y por último las playas con 154,960 visitantes equivalente al 8%.

Otro tipo de turismo que esta surgiendo son los parques acuáticos los más conocidos en el país son:

Galicia

Este parque acuático se encuentra en la carretera que de Santa Ana conduce a Chalchuapa, y tiene grandes atracciones como sus toboganes, piscinas y juegos para niños y adultos y su recién inaugurada piscina de olas.



Atlantis



En la carretera que va a la Costa del Sol se encuentra este parque acuático que tiene el tobogán más largo del país, además de otros

atractivos como piscinas y juegos para disfrutar en el agua.

Aqua Park

En la salida de San Miguel a La Unión se encuentra este parque acuático que tiene, entre otros atractivos, un río artificial y diversos toboganes y juegos para disfrutarlos sobre un flotador.

A pesar de la existencia de estos parques las entidades de turismo en el país no tiene estadística sobre la cantidad de turistas nacionales e internacionales visitan estos parques, pero son concientes que son atractivos turísticos que se prefieren mayormente en semana santa y durante las fiestas de agosto.

Creación de un Ministerio de Turismo

El desarrollo del turismo como una actividad económica primordial motiva la creación del Ministerio de Turismo. Los avances son significativos. Desde hace tres años, el ingreso de divisas por turismo superó al de los productos agrícolas como el café, azúcar y camarón. En 2003, el país recibió \$373 millones en turismo, que significaron 2.5% del Producto Interno Bruto. A mediados de la década de los noventa, esta actividad representaba menos del 0.5%. La instauración del Ministerio, “generará una política de turismo que impulsará con más fuerza al sector”. Será conformada una mesa entre empresarios y el gobierno para discutir el anteproyecto de Ley de Turismo, la cual incluirá beneficios fiscales para los inversionistas y asignación de más recursos para promoción. La clave para experimentar el despegue de la actividad turística fue identificar un turista meta y dirigir a él todos los esfuerzos. Datos de CORSATUR sostienen que independientemente de su nacionalidad, cada turista gasta un promedio de 86 dólares al día y permanece diez noches. De acuerdo con el balance, el turismo de negocios, impulsado por las pláticas con Estados Unidos para un Tratado de Libre Comercio, ocupó el tercer lugar con el 20%. El primero lo conforma el 31% de salvadoreños que regresan al país y el segundo con el 25%, los vacacionistas extranjeros. De los más de 800 mil 500 turistas que llegaron al país en el 2003, el 68% procedía de los países de la región y 25% llegaron de Norteamérica. Un porcentaje menor provino de Europa. En el caso de los turistas europeos, CORSATUR indicó que la visita ha crecido desde 0.3% en 1999 hasta un 4% en el 2004. Esto se debe a que cinco de las nueve ferias de turismo en las

que participó El Salvador fueron en Europa. Además de la promoción, se crearon nuevos productos turísticos como la llegada de cruceros y la integración de Centroamérica como una sola marca. Se deberá concluir proyectos como el desarrollo de la Bahía de Jiquilisco, la rehabilitación del Puerto de La Libertad y la concesión del Hotel de Montaña Cerro Verde

2. Experiencias turísticas

a. Agroturísticas Internacionales

La selección y evaluación de las diferentes oportunidades, esta ligada con la información disponible sobre experiencias agroturísticas a nivel nacional e internacional, situación actual del departamento de Chalatenango y las asociaciones económicas. Esto implica tener definida una región para el desarrollo del proyecto, para lo cual se debe tener en cuenta:

- ✓ Condiciones agropecuarias.
- ✓ Potencialidad turísticas
- ✓ Desarrollo social de la región.

i. Centro América

Nicaragua:

Actividades económicas tradicionales

El área de Mirafior, con una superficie de uso agrícola de unas 12,000 mz, divididas entre tres zonas agro ecológicas, cuatro municipios, 45 comunidades y con un total de 4,154 habitantes, fue escogido por MARENA a través del Programa Ambiental Nicaragua - Finlandia (PANIF) – actualmente por pedido de la Unión de Cooperativas Agropecuarias (UCA-Mirafior) – como un proyecto piloto que tiene como objetivo el diseño de un modelo que reconcilia los intereses económicos de unas 878 familias que viven en el área y unos 30 propietarios que residen en la ciudad de Estelí con la necesidad de proteger/conservar el ambiente natural.

En el área se realizan 23 actividades agrícolas o combinaciones. En esto predomina el cultivo de granos básicos (43.6%), la combinación granos básicos - pecuario (10.8%), granos

básicos – hortalizas (10%) y la combinación granos básicos – café (9.5%). De la población, el 77% vive en la parcela y los que no viven en la parcela viven en la misma zona.

El uso de la tierra se puede dividir en tres rubros principales que se puede ver en la Cuadro 2: tierra bajo cultivos permanentes, tierra bajo cultivos anuales y otros usos.

TABLA 2: USOS DE LA TIERRA

Cultivos Permanentes		Cultivos Anuales		Otros Usos	
Café	257	Fríjol	712	Pasto	4052
Forestales	144	Hortalizas	205	Bosques	1055
Frutos	28	Maíz	1134	B montaña	3471
Otros	22	Otros	19	Infraestructura	119
				Tierra de descanso	120
				Tacotal	446
				Otros	107
Sub Totales	452		2097		9372
Total de Mzn					11893

Alrededor de un tercio de las tierras están bajo pastos, 17% está utilizado por los cultivos anuales, el 3.8% para cultivos permanentes, mientras otro 38% está bajo bosque, y el 8% restante cubre otros usos.

Producciones y Rendimientos

Los principales cultivos de los granos básicos son fríjol y maíz y los principales cultivos de hortalizas son la papa, el repollo y el tomate.

Identificación del potencial turístico

En una primera fase fueron identificados los sitios de atractivo natural dentro de las Reservas Naturales:

Unidad de Protección Miraflores y Moropotente (UP - MM). De esta manera se pudo determinar la Oferta Turística en términos físicos (el potencial recreativo de las áreas protegidas). En este estudio, se pretende principalmente valorar económicamente el potencial turístico de la UP-MM; estimar la demanda de recreación; y determinar la oferta turística en términos monetarios (proponer un Proyecto Turístico Hipotético “Miraflores – Aventuras de Montaña”). Básicamente, el Proyecto MIRAFLORES consiste en ofrecer Paquetes Turísticos de costo similar pero de distintas características (combinaciones entre los sitios naturales de interés turístico). La actividad turística se desarrollará a través de tours guiados por los atractivos de las Reservas.

Principales Atractivos

Bosques

De entre todas las áreas protegidas de la región, la conservación de masas boscosas representativas del bosque nebliselva y sabana, es un distintivo único de la UP-MM, permitiendo caminatas extraordinarias para los visitantes. Bosques: La Perla – Los Apantes, Los Volcancitos, Paraíso – Robledal.

Atractivos de Rasgos Geológicos

Son atractivos cuya visita, también de tipo interpretativo, está motivada tanto por su valor paisajístico, escénico o espectacularidad, que determinó su selección, como por la finalidad educativa de dar a conocer la historia natural del área protegida: Las cuevas de Apagüis, Laguna Miraflores, Salto la Chorrera, Cerro Tres Coronas y Tierra Agria.

El Ambiente Rural

El entorno rural que predomina en el área sin mayores evidencias visuales de deterioro ambiental, resulta atractivo por la gran variedad de sus elementos distintivos. Para aquellos que estuvieran motivados por conocer aspectos culturales de la vida rural campesina, las prácticas productivas agrícolas son elementos singulares de interés para la visita: cultivos agro ecológicos que se desarrollan en determinadas fincas, centro de producción local de plaguicidas orgánicos, fábricas artesanales de productos lácteos.

Lugares Históricos

Este es el grupo de atractivos identificados en el área con valor especial por los acontecimientos históricos:

Ruinas arqueológicas de El Cebollal, Cerro Yeluca y Las Trincheras.

Actividades Turísticas

Se observa una apreciable concentración de atractivos en el sector noroccidental de la UP-MM que conforman conjuntos turísticos relativamente contiguos. Los atractivos que integran estos conjuntos pueden ser visitados en su mayoría con vehículo y recorridos por senderos a pie o a caballo, donde los senderos más largos son de 6.5 kms.

Los tres conjuntos originan los 3 paquetes turísticos ofrecidos por el Proyecto “Miraflor-Aventuras de Montaña”. Todos ellos oscilan entre 4.5 a 6.5 horas de duración - se pueden recorrer perfectamente en un día.

Pasar una noche en alguna de las fincas es opcional. Las actividades que ofrecen son las siguientes: Senderismo, Paseo a Caballos, Observación de Flora y Fauna, Contemplación del Paisaje, Visitas Demostrativas, Visitas a Sitios Históricos, Compra de Artesanía y Productos Lácteos Frescos.

Costa Rica

Caso de Agroturismo a partir del Cooperativismo

El proceso de desarrollo de la cooperativa tuvo 3 etapas:

1. Etapa

Periodo de motivación, desarrollo de infraestructura y asistencia técnica. Los dirigentes cooperativos agrupados identificaron las posibilidades del turismo como alternativa para enfrentar las amenazas de parcelación de sus terrenos y hacer frente al agotamiento de ciertas actividades productivas (por ejemplo, la extracción de oro en la zona sur del país). Además, las discusiones sobre el tipo de proyecto que se debía hacer y la inserción de la comunidad fueron de gran valor. Se identificaron recursos de cooperación por parte de la Federación de Cooperativas Agropecuarias (FECOOPA), la cual dotó de un capital inicial a tres cooperativas. Además, aportó tanto mano de obra como materiales para la construcción de sus albergues turísticos.

Se dio la asesoría de especialistas en el área, de manera que las infraestructuras tuvieran las condiciones mínimas para recibir a los visitantes, ya que el capital inicial era reducido.

2. *Etapa*

Periodo de capacitación en temas relativos a la inserción turística, representación y proyección. Los cursos y demás actividades de preparación ofrecidas fueron definitivamente importantes para que los grupos pudieran brindar servicios turísticos de mejor calidad y en un nivel competitivo. En esta etapa se afilian a la organización tres albergues ubicados en la zona norte del país, los cuales habían sido apoyados por el Proyecto.

3. *Etapa*

Periodo de mercadeo y comercialización del producto turístico. Los grupos están enfocados en profundizar mercadeo y comercializar su oferta turística.

La organización administrativa de COOPRENA, según su organigrama, está conformada de la siguiente forma:

- La Asamblea general, órgano superior del consorcio compuesto por las doce organizaciones afiliadas a COOPRENA (Tabla 1). Esta Asamblea dicta las pautas del trabajo y la proyección de la organización.
- El Consejo de administración se compone de siete representantes de las organizaciones afiliadas y ejerce las funciones de una junta directiva.
- La Gerencia general tiene como misión velar por el correcto funcionamiento de todos los departamentos de trabajo, representar a la organización en conjunto con los miembros del Consejo, buscar de recursos de financiamiento y ejecutar la visión empresarial, entre otras tareas. Para el mercadeo y la comercialización, COOPRENA cuenta con dos operadores de turismo:
 - Simbiosis Tours: operador propiedad de COOPRENA y sus afiliados. Es un ente creado y especializado en turismo rural comunitario, cuya misión es promover ofertas de todo el país, no sólo de las asociaciones afiliadas a COOPRENA.
 - Simbiosis Club Vacacional: Compuesto por 6 de los albergues afiliados, más dos hoteles no afiliados a COOPRENA. Trabaja bajo un sistema similar al de tiempo compartido, pues vende semanas por adelantado al turista nacional con el fin de incentivar el conocimiento, el gusto y la visitación por este tipo de ofertas. COOPRENA cuenta con una oficina de telemercadeo y una sala de ventas desde la cual se opera el club.

ii. Sur América

Perú

Agroturismo en Cajamarca

La experiencia de turismo rural o agroturismo participativo en Cajamarca, sobre el cual ya se tiene experiencias iniciales, consiste en integrar a un segmento del campesino cajamarquino a un turismo especializado, como es el caso del agroturismo, conformado por universitarios, estudiosos, sociólogos, antropólogos y personas interesadas en conocer la cultura de los pueblos andinos, permitiendo que el turista pueda participar de sus vivencias, de sus costumbres y de sus actividades agrícolas, pecuarias y forestales, gozando de un mínimo servicio hotelero de cama y habitación, y consumiendo lo que el campesino cocina diariamente, recorriendo juntos con la familia los lugares arqueológicos y paisajísticos importantes, así como también interviniendo directamente en las diversas actividades culturales de la chacra.

Esta iniciativa tiene como propósito que el campesino pueda gozar de un ingreso adicional por concepto de pago por el alojamiento y por la comida, así como por los paseos guiados.

Esta interrelación es la parte más importante de la experiencia en donde ambos, turistas y familia campesina, se enriquezcan culturalmente en forma participativa.

Además, el turista podrá integrarse a circuitos turísticos, tanto del lugar como de Cajamarca en general, a través de las agencias de turismo locales, pudiendo acceder a lugares importantes que distinguen a la región de Cajamarca.

Las campiñas cajamarquinas ofrecen una gran diversidad ecológico-paisajista y una rica cultura llena de tradiciones y actividades socio económicas como fiestas populares y ferias. También, las alturas de la sierra cajamarquina no son muy elevadas y los accesos relativamente fáciles, lo cual no afecta la vida y la salud de turistas de cualquier edad, pues las alturas máximas que se recorren no sobrepasan los 3,500 m.s.n.m., estando la mayor parte del área alrededor de 2,600 m.sn.m.

Modalidades para el desarrollo

- i. Intervenciones en Alojamiento
- ii. Valor Agregado a la Producción

- iii. Servicios Turísticos Complementarios
- iv. Promoción y Mercadeo

b. Experiencias Turísticas Nacionales

i. Experiencias de trabajo y turismo

El agroturismo como tal, es muchas veces confundido con turismo rural, motivo por el cual las experiencias agroturísticas en El Salvador son muy pocas, mas sin embargo existen una combinación entre agroturismo y ecoturismo, que personas con visión empresarial y de desarrollo han adoptado para incrementar sus ingresos.

ECOTURISMO

CESTA

Fue la primera organización ecologista fundada en el país en agosto de 1980; como una asociación profesional dedicada a promover tecnologías apropiadas a las condiciones sociales y ecológicas de El Salvador. En 1987 se modifica su estructura para convertirse en una fundación de utilidad pública con capacidad de ejecutar proyectos de naturaleza ambiental.

La misión del CESTA es miembro de Amigos de la Tierra Internacional y su misión es contribuir a la sustentabilidad de El Salvador, mediante la promoción, impulso e implementación de movimientos, programas, proyectos y acciones ecologistas que contribuyan también a crear un mundo sustentable. CESTA se ha constituido como una ONG ecologista autónoma, sin motivo de lucro ni dependencia de partido político o religión alguna, aunque sus acciones afecten e interactúen en estos niveles. Su naturaleza y filosofía se caracteriza por lo siguiente: ser radical, tener perspectiva de género, ser catalizadora, ser persistente, ser integral, impulsar procesos, ser prepositiva e innovadora y ser no violenta.

Los principales objetivos son:

1. Contribuir a generar en la población salvadoreña un cambio de actitud que permita la adopción de estilos de vida que sean compatibles con la sustentabilidad del país.
2. Proteger al ser humano, especies y habitantes del deterioro y la destrucción y potenciar su existencia mediante la recuperación del equilibrio ecológico perdido.

3. Motivar la incorporación de diversos sectores de la sociedad, en la lucha por la sustentabilidad.

4. Potenciar los Ecocentros como centros de sustentabilidad.

CESTA Amigos de la Tierra (CESTA - AT) tiene 4 departamentos: Ecomarino, Ecobosque, Ecobici y Ecojute. Cada uno de ellos tiene como base de operaciones un Ecocentro y realizan trabajo de formación e incidencia ecologista.

ECOCENTROS

Los Ecocentros o Centros de Sustentabilidad, son unidades de naturaleza científica y técnica, conciencia ecológica y mentalidad empresarial, que cuentan con los recursos humanos y materiales para realizar actividades de investigación, educativas, de conservación, productivas y de servicios, y así evidenciar el concepto de sustentabilidad.

Los Ecocentros de CESTA- AT son:

- Ecocentro Animas: Una Escuela de Permacultura, con 25 Has en el Cantón Las Animas de Santa Cruz Michapa. Es parte del departamento Ecojute y tiene como áreas de trabajo la agroecología, salud comunitaria y biodiversidad,
- Ecocentro Guazapa: Conocido también como Bosque de la Reconciliación Monseñor Romero, tiene 70 Has. en el volcán de Guazapa, donde se han plantado árboles en memoria de los caídos en la guerra. Es parte del departamento Ecobosque y tiene como áreas de trabajos salud comunitaria, agroecología, bosques y biodiversidad.
- Ecocentro San Marcos: Una Escuela Taller de Tecnología Apropriada con 4,000. M2 en la ciudad de San Marcos. Es parte del departamento Ecobici y cubre las áreas relacionadas con transporte, con énfasis en ciclo mecanismos y energía renovable.
- Ecocentro Jiquilisco: Una zona en la costa con 89 hectáreas que colindan con el mangle de la bahía de Jiquilisco y con la playa del Océano Pacífico. Es parte del departamento Ecomarino y tiene por áreas de trabajo la agroecología, la salud comunitaria, gestión de riesgos y la biodiversidad.

Cada Ecocentro atiende a las comunidades o sectores que realizan trabajos en áreas afines a las de su competencia.

Bahía De “JIQUILISCO”

Ubicada en el departamento de Usulután, 108 kilómetros de San Salvador, es el ecosistema marino costero más importante de El Salvador, que comprende 55 kilómetros de costa, 27 islas y 22,912 hectáreas de manglares. Posee diversidad de mamíferos, reptiles, aves de la región y migratorias, como también fauna marina, que la convierte en un atractivo turístico inigualable. Una parte de la Bahía de Jiquilisco es el Puerto El Triunfo. Este lugar cuenta con un malecón que ofrece servicios de restaurantes donde se preparan diversidad de platillos y bebidas autóctonas; además cuenta con un muelle y un embarcadero, donde se puede encontrar el servicio de lanchas privadas que le llevarán a recorrer exuberantes manglares y paisajes de abundantes palmeras y árboles frutales, como cocos, mangos, marañones, bananos, etc. La actividad económica principal es la extracción de moluscos, crustáceos y pesca artesanal, procesamiento industrial de mariscos, así como la comercialización de estos productos. Es característica del lugar la artesanía hecha de caracoles, conchas y otros productos marinos. La belleza del paisaje que ofrece la Bahía de Jiquilisco a sus visitantes proporciona además tranquilidad, relajamiento y un encuentro único con la naturaleza. Para visitar este lugar y recorrer la bahía puede comunicarse con un operador de turismo.

Mancomunidad “LA MONTAÑONA.”

La visión es consolidarse como mancomunidad para lograr el desarrollo integral de los habitantes de los municipios asociados, en armonía con el medio ambiente.

La mancomunidad ofrece algunos servicios ambientales, tales como:

- Protección de recursos hídricos: mediante la regulación de manantiales y flujos subterráneos de agua, que la cobertura vegetal protege el suelo de la erosión y ayudar a la infiltración del agua.
- Conservación de la biodiversidad: en La Montañona pueden observarse varias especies de orquídeas, árboles, pájaros y otros animales que son difíciles de encontrar en otro lugar ya que el bosque esta protegido.

- Belleza de paisaje: La Montañona, por ser un bosque de pinos ofrece una belleza que puede ser disfrutada por distintos visitantes y ser explotadas como ecoturismo y agroturismo si además se toma en cuenta las tierras cultivadas en forma sostenible.
- Mitigación de desastres naturales: al proteger el suelo de la erosión y regulación los caudales de los ríos se contribuye a disminuir impactos de las inundaciones en la parte baja de la cuenca.
- Captura de carbono: las plantas en su proceso de respiración absorben gas carbónico el cual es uno de las causantes del efecto invernadero, además liberan oxígeno, purificando el aire.
- Regulación del microclima: por la presencia de los árboles el clima de la zona es diferente.
- Facilidades para investigación y educación ambiental.
- Además de estos servicios ambientales y otros más, la Montañona es un sitio que preserva valores tradicionales y culturales, ya que guarda la historia del pasado conflicto armado y a la vez las tradiciones de su pueblo.

En la actualidad, se realizan estudios para aumentar la demanda turística de servicios recreativos del bosque La Montañona, ya existe paseo y caminatas a los municipios que la rodean

Parque “NACIONAL WALTER THILO DEININGER”

Este parque está ubicado en el departamento de La Libertad, frente al Océano Pacífico, a 35 kilómetros de la ciudad capital. Para poder apreciar la belleza natural del parque se han preparado cuatro senderos que lo llevarán por un recorrido espectacular entre ríos, quebradas y miradores. El parque cuenta con áreas de picnic, glorietas para descansar, servicios sanitarios y un amplio parqueo. El parque alberga dos tipos de bosques, uno caducifolio y otro de galería.



Del primero se pueden observar árboles como jiote, sálamo y tambor, entre otros. El segundo tipo de bosque está formado por árboles con follaje verde, como el amate, pepeto y real,

que casi nunca botan sus hojas. Estos bosques son el hábitat de animales en extinción, como venados, tepezcuintles y garrobos, entre otros. Para ingresar al Parque Nacional Walter Thilo Deininger se debe gestionar permiso previo ante la Jefatura de la Unidad de Turicentros y Parques Nacionales del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU). Teléfono-fax (503) 222-8455 y (503) 222-8000. Los horarios de entrada son de 7:00 a.m. a 4:00 p.m de lunes a domingo. Debido a que el ingreso diario de personas es de un máximo de 50 se recomienda que llame con anterioridad o se contacte con un operador de turismo.

Parque Nacional “EL IMPOSIBLE”

En su mayoría, la tierra de El Salvador ha sido utilizada para la agricultura y el desarrollo urbano, al grado que este país apenas conserva el 2% de su cobertura boscosa original. A pesar de lo anterior, aún queda una isla de bosque natural dentro de las montañas de Ahuachapán: se trata del Parque Nacional El Imposible, último refugio de plantas y animales que en otros tiempos fueran comunes en casi todo el territorio nacional.

El área natural El Imposible cuenta con aproximadamente 7,000 manzanas de extensión (más de 5,000 hectáreas ó 12,000 acres), de las cuales 70% pertenecen al Parque Nacional y 30% son propiedades privadas sujetas a un régimen de veda forestal. El Parque está ubicado en el suroeste de El Salvador, sobre la cordillera de Apaneca-Ilamatepec, entre las ciudades de Ataco, Tacuba y San Francisco Menéndez.

Creado en marzo de 1989, El Parque Nacional El Imposible ha ganado reconocimiento local e internacional por su gran riqueza biológica y por su importancia económica para las zonas aledañas a Cara Sucia y al bosque salado de la Barra de Santiago. El Imposible está considerado como uno de los últimos bosques tropicales de El Salvador, por lo que su conservación y protección se hace imprescindible.

El Parque Nacional El Imposible toma su nombre del Paso del Imposible, ubicado dentro de lo que originalmente fue la Hacienda del mismo nombre y que fue adquirida por el Gobierno de El Salvador en 1978. Según las historias de la zona, durante la primera mitad de este siglo, los cafetaleros transportaban su café a lomo de mula, desde las fincas del norte hacia el puerto de Acajutla. Sin embargo, existía una barranca entre dos montañas donde se

interrumpía el paso; para salvar este punto, se colocaban troncos de árboles por donde pasaban las mulas y en muchas ocasiones se accidentaban tanto los animales como los arrieros, dando como resultado la pérdida de vidas humanas. En el año 1968 se construyó un puente de mampostería en este sitio con una leyenda que dice: "Año 1968 dejó de ser Imposible". En 1976, el Servicio de Parques Nacionales y Vida Silvestre (PANAVIS) inició trabajos de vigilancia y estudios en la zona de El Imposible, confirmándose la presencia de muchas plantas y animales nuevos o considerados extintos en el país. A finales del año 1990, SALVANATURA empezó a desarrollar acciones de protección, conservación y recolección de información catastral y socio-económica del área, con miras a apoyar la gestión de PANAVIS. En 1991, las actividades de la Fundación se incrementaron e incluyeron el desarrollo de un programa de acercamiento con varias comunidades cercanas al Parque, complementado con actividades de educación ambiental que tomó en cuenta a los guardas parques y sus familias, así como la organización de giras naturalistas con pequeños grupos. El 25 de noviembre de 1991 se firmó el primer convenio de manejo conjunto público privado entre el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) y una organización no gubernamental, en este caso SALVANATURA; a través de este convenio, el MAG comparte la responsabilidad de conservación y administración del Parque Nacional El Imposible, estipulando que se tiene que garantizar la integridad territorial del área como el primer paso para un plan adecuado de manejo. En este sentido, una de las estrategias principales es la compra de propiedades dentro del área de veda, para garantizar la estabilidad ecológica del área a largo plazo.

Ya sea que su visita sea de un día o se desea acampar es necesario que le autoricen previamente su ingreso al parque en las oficinas de SALVANATURA, ubicadas en la 33ª Av. Sur N° 640, Col. Flor Blanca. San Salvador. Teléfono (503) 279-1515. E-mail salvanatura@saltel.net

Bosque De Montecristo

La reserva Montecristo es una extensión de bosque de unas 1,900 hectáreas que se ubica en el departamento de Santa Ana, específicamente en la jurisdicción de Metapán, fronterizo con la república de Guatemala en América Central. Se caracteriza por tener una

variedad extensa de árboles de diversos géneros, especialmente el pino en la parte alta del bosque.

Visitar Montecristo es realmente vivir una aventura, es mezclarse con la naturaleza en su origen, es desprenderse del bullicio de la ciudad para liberarnos del stress y de las tensiones que nos provoca los problemas del trabajo y del hogar, pues su elevación a unos mil 800 metros sobre el nivel del mar, su espesa



vegetación de pinos y otras especies de árboles, da una sensación de frescura y de un aroma a montaña inimaginable. Aparte de su extensión, Montecristo alberga una variedad de animales que no se encuentran en otras zonas de El Salvador, tales como el quetzal, Chachalacas, venados cola blanca, tepescuintle, cuzucos, cotuzas, pezotes, jabalí (cerdo salvaje) y pumas aunque este no se ha logrado ver por el hombre salvo residuos de animales que el devora. Otros animales en peligro de extinción como el venado rojo se encuentran en el bosque aunque este sólo se logra ver en lo mas alto de la reserva (2 mil 400 metros sobre el nivel del mar). En el bosque no se permite la cacería; al menos unos 14 guardabosques vigilan el lugar, éstos están pendientes se introduzcan a la reserva cazadores; además, de que no se provoquen incendios forestales, en sus alrededores. Existe vigilancia por parte de la División de Medio Ambiente de la Policía nacional Civil, también una base de soldados, que coadyuvan a proteger la reserva. Montecristo lo visitan un promedio de 300 personas diarias entre extranjeros y nacionales quienes arriban a sus alturas para acampar entre el bosque así como para contemplar la variedad de plantas entre ellas las más de 200 especies de orquídeas en el "jardín de los cien años" y el "árbol del amor" un fenómeno de la naturaleza que despierta la curiosidad de quienes lo contemplan. Pero además, los turistas encuentran ríos, senderos, vistas panorámicas, miradores como el de las toreras, el anonal, cárcamas de 400 metros hacia abajo, las vistas son hacia la ciudad de Metapán y hacia los dos lagos; laguna de Metapán y laguna de Guija, así como cerros que pertenecen a El Salvador y Honduras entre ellos el Chingo entre otros. Los visitantes deben conocer que viajar hacia esta reserva forestal es vivir una aventura, por ello deben ir preparados, comenzando con un vehículo de doble tracción (no vehículo liviano), proveerse de una tienda de campaña, alimentos, cobertores, abrigos; además de zapatos adecuados para escalar la montaña y medicinas ya que el lugar está alejado de la

ciudad más cercana que es Metapán. El área de camping está provista de comedores, agua potable y parqueo no así otros servicios como electricidad por lo que también se debe llevar lámparas de kerosén o linternas o bien velas de cera. Si son varios días que se planea acampar debe pedirse un permiso especial. Desde Montecristo también se puede desplazarse hacia el Trifinio la cima de la reserva que también es compartida por los países de Guatemala, Honduras y El Salvador. Para visitar el parque es necesario solicitar un permiso al Servicio de Parques Nacionales, en el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales. Teléfono (503) 260-3114 o puede solicitar los servicios de un operador de turismo.

El Pital

A los que desean alejarse del ambiente capitalino, el Cerro El Pital ofrece la opción perfecta ya que podrá recorrer maravillosos senderos y parajes para poder apreciar los bellos paisajes y admirar su belleza, además conocerá de cerca de un meteorito que cayó hace años, y que es conocido como la piedra rajada. En la piedra rajada podrá realizar varias actividades



tales como: hacer rapel, escalada, caminatas en bosque nebuloso, así como apreciar espectaculares paisajes en diferentes miradores. En la zona podrá admirar la gran diversidad de fauna y flora, así como disfrutar de momentos inolvidables en contacto con la naturaleza.

El Cerro El Pital, es la elevación más alta de nuestro país, tiene una altura de 2,736 MSNM. Esta ubicado al norte de nuestro país, específicamente en el departamento de Chalatenango, municipio de San Ignacio. Para llegar al Pital salimos de la terminal de Oriente abordo de la



ruta 119, que se conduce a la Frontera El Poy; llegamos a San Ignacio, donde se aborda otro autobús R-509 que se conduce a los Planes ó las Pilas o si quieren agregarle un poco de aventura y probarse físicamente, pueden optar por ascender los 11 Km. hasta la cima del Cerro, es una locura, pero será algo

inolvidable para quienes lo intenten.

El tiempo que se tardará en llegar a la cumbre será de 30 minutos a 45 minutos a paso lento para quienes quieren apreciar y disfrutar del paisaje, tomando como punto de partida el Cantón Río Chiquito. Por su camino hacia la Cumbre encontraremos una variedad de cultivos de la zona como lo son los repóllales, tomateras, duraznos y fresas silvestres que podrá degustar según sea la fecha en que visite este precioso paraíso.

Si va en vehículo propio, debe tomar en cuenta las siguientes sugerencias:

- *Tipo de vehículo:* doble tracción.
- Ropa adecuada abrigada, guantes, gorros, etc.
- Y algo muy importante: llegue suficiente agua.

Hotel Entre Pinos



Hotel Entre Pinos, el más completo Hotel de montaña en Centroamérica, es un innovador concepto, lleno de detalles y dentro de un ambiente regional pensando en su comodidad. Hotel Entre Pinos es el más grande de Centroamérica, 110 manzanas de terreno componen este recinto, en ellas usted puede encontrar, áreas adecuadas para hacer jogging, caminatas, tours ecológicos, bici montaña observación silvestre, tomar un baño en el río o pasear a orillas de nuestro lago, También puede sentirse más deportivo y pasar un tiempo en nuestras canchas de tenis, basketball y volleyball, o montar a caballo. Hotel Entre Pinos, pensando en su comodidad es un innovador concepto, lleno de detalles con un especial gusto en la decoración de nuestras habitaciones. Dentro de Hotel Entre Pinos usted encontrará el área de Las Bugambillas, La Pergola, y Las Neblinas, que albergan: 47 habitaciones, 6 suites deluxe y 3 bungalos ideales para toda la familia En nuestras habitaciones usted se sentirá en una casa de campo pero equipada con la más alta tecnología hotelera: Televisión con cable, teléfono, agua caliente, aire acondicionado y todo lo relacionado para descansar. Restaurante Pinares Comida servida, exquisito menú, ambiente tranquilo y agradable, una fina atención y la alegre hospitalidad que

mundialmente caracteriza a los salvadoreños. Nachos Café Una espaciosa cafetería con capacidad para más de 400 personas, en la cual usted puede estar dentro del área techada o hacerle honor al nombre del hotel y comer en un área entre pinos. Salones de uso múltiples. El ambiente del hotel es también ideal para seminarios, simposios o encuentros internacionales de negocios. Hotel Entre Pinos cuenta con todo lo necesario para realizar jornadas de trabajo, desde amplios salones hasta accesorios necesarios para que su evento sea un éxito : rotafolios, proyectores, mesas de trabajo, etc.

TURISMO RURAL

Hostal Lempa Mar El Salvador.

El Hostal Lempa Mar El Salvador, es un lugar donde se puede disfrutar de unas verdaderas vacaciones en armonía con la naturaleza, aventurándose por playas vírgenes, la desembocadura del Río Lempa y hermosos paisajes. Se puede disfrutar de un día con su familia y amigos, en cabañas junto al río Lempa para que pueda gozar de un sabroso baño y la alegre convivencia de los aldeanos. Todo esto teniendo a la mano los servicios necesarios para su comodidad (energía eléctrica, teléfono público/ agua potable, etc.)

Lempa Mar posee cuatro cabañas; con capacidad de tres personas cada una, para disfrutar de una noche tranquila y como lugar de estancia para las diversas rutas, brindándole una experiencia de paz interior y armonía ambiental. Se ofrecen alimentos frescos y sanos de la región. Se cuenta con servicios de desayunos, almuerzos y cenas, así como refrigerios y variedad de bebidas. El restaurante es un lugar higiénico y agradable, con un servicio de alta calidad, música, precios económicos y seguridad.

Las actividades que se ofrecen en los paquetes turísticos en la región son:

Organización de visitas de delegaciones, organizaciones e instituciones a las micro-regiones, brindándoles transporte terrestre y acuático.

Paseos en *cayuco*, práctica de pesca artesanal, caminata en el bosque salado y paseo en bicicleta.

Visitas agroturísticas, desde Canadá, Estado Unidos, Europa, América Latina, Centroamérica y El Salvador.

Visitas diversas:

- Productores/as agropecuarios orgánicos y de hortalizas frescas.
- Planta agroindustrial SAMO (semilla de marañón orgánica), San Carlos Lempa.
- Museo de la Revolución, La Sabana-
- Planta agroindustrial SAAO (azúcar orgánica) La Sabana.
- Kiosco de información turística en el Mercado Municipal de San Nicolás Lempa.
- Polígono "Solidaridad", en El Playón, donde se encuentra el área industrial de la Juventud Rural (JR), el restaurante y auditorio Chinchontepec, una tienda de productos de la región, la planta industrial BIOLACT (quesos Gourmet), AGROLEMPA (hortalizas), BIOTEC (control biológico), y otros, proyectos más; así como las oficinas del Grupo Bajo Lempa, CORDES, CRIPDES Y LEMPA SUR.

Los principales puntos de interés que tiene el lugar son:

Isla de Montecristo. A través de un maravilloso paseo por la desembocadura del Río Lempa, le llevaremos a un pintoresco caserío llamado "Isla de Montecristo". Aquí le ofrecemos alojamiento en cabañas rústicas, visita a la marañonera y otros servicios.

Museo Héroes de La Sabana. Durante la guerra, en la comunidad La Sabana se dio una masacre, convirtiéndose la piscina de la antigua hacienda en una fosa común. Aquí se ha levantado el Museo de la Revolución, que cuenta con una exposición de armas y recuerdos del pasado conflicto.

El Hostal Lempa Mar está ubicado en la Comunidad La Pita, al sur del Municipio de Tecoluca, departamento de San Vicente. Tomando la Carretera Litoral rumbo a Usulután, se llega a la Comunidad San Nicolás Lempa, ubicada a 100 kilómetros de San Salvador. Antes del Puente de Oro se toma el desvío hacia el Hostal Lempa Mar, que se localiza a 22 kilómetros al sur de San Nicolás Lempa. Si viaja en autobús, puede llegar hasta San Nicolás Lempa en la Ruta 302, donde puede luego abordar un pick up hasta el Hostal.

Dulce Nombre De Maria, En Chalatenango

Es un pueblo rodeado de montañas y cerros que esconden en sus entrañas inexplorados parajes naturales. A 21 kilómetros de distancia del pueblo, recorriendo una calle polvosa, buscando el poblado San Fernando. Se encuentra la primera belleza natural enclavada en el cantón de su mismo nombre, la cascada "Chorro Blanco". La quietud de las montañas sólo se ve interrumpida por el agradable sonido del agua que fluye entre depresiones rocosas y cuya

magia se conjuga con la cercanía las nubes, que acarician las alturas a su paso. .La cascada se encuentra a una altura de mil metros sobre el nivel del mar y presenciar su caída es todo un espectáculo. En el corazón del Cantón Chorro Blanco, esta cascada comparte sus cristalinas aguas con otras bellezas naturales, como la cascada "La Conquista" y más abajo con el cañón del Río SumPul. En donde desembocan sus aguas. El acceso en vehículo sólo es posible hasta el cantón y, para llegar a estos parajes, es necesario cruzar a pie al menos durante dos horas veredas ocultas entre escasos pinares. Pero la caminata es muy bien recompensada, pues este destino ecoturístico ofrece a cambio paisajes que reconfortan el espíritu.

La Palma

Despertar en esta ciudad invita a vivir, una vez más, el placer de desayunar en una de las cafeterías que ofrecen comida criolla. Después de eso, un recorrido por los numerosos talleres artesanales, es el paso esencial para quienes quieren llevarse un recuerdo del corazón de las calles empedradas. Frescos manantiales y pozas, un espléndido parque y numerosos hostales en los que se plasma la calidez de los lugareños, completan el mapa de cualquier turista. Disfrutar de un día en La Palma es llegar al más pleno descanso y a. un encuentro con la cultura salvadoreña. Una cultura reconocida por sus deseos de trabajar, Por su hospitalidad. Y por una búsqueda constante de darse a los demás. La Palma no sólo reúne lo mejor de los salvadoreños. Más también símbolo de los más espléndidos parajes de esta tierra centroamericana.

Esta ciudad es el paso obligado de cualquier turista, cuyo retó sea conocer los rincones envidiables de un país con una historia difícil y con un futuro que se perfila más próspero.

Sitio artesanal situado entre montañas de pinos que ofrecen al visitante un clima fresco donde puede conocer los talleres con los productos elaborados en la zona y caminar en las calles de La Palma e incorporarse a la tranquila vida cotidiana de los pobladores. La Palma ofrece diversos tipos de alojamiento, restaurantes y para los que desean conocer los alrededores, pide información y que te acompañe un guía de turismo local

San Ignacio

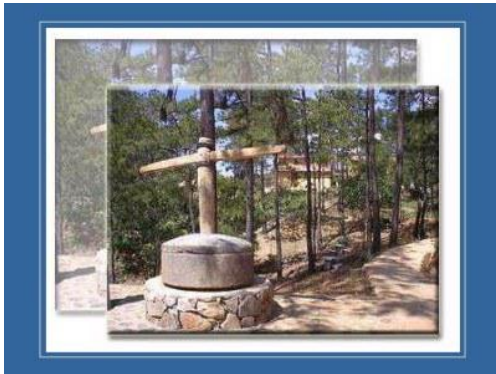
San Ignacio, fiel representante de la campiña salvadoreña ofrece a sus visitantes una

arquitectura colonial y la puerta hacia una de las cordilleras más altas del país. En San Ignacio también puedes escalar a famosa Peña de Cayahuanca, cerro de 1,621 MSNM, y disfrutar de sus espectaculares paisajes así como de su clima. En este lugar podemos apreciar distintos tipo de árboles, frutales y maderables entre los que destacan son los pinos y ciprés, flores silvestres, frutas.

La iglesia San Ignacio fue edificada en 1918, y tiene actividades religiosas organizadas por grupos juveniles y catequesis de crecimiento.

Al lado poniente de San Ignacio están las cuevas de Shuntrun, donde se encuentran dos ríos y sus sabrosas aguas invitan a bañarse en ellas. No debe faltar una caminata al cerro El Pital, el más alto del país.

Casa Real Del Molino



Bienvenido a Casa Real del Molino, un bello paraje de montaña ubicado en el mejor lugar de Chalatenango, "La Palma". La frescura del lugar, lo verde de sus jardines y la belleza de las flores, lo encantará y pasará momentos de paz y relajación. En Casa Real del Molino, existe un antiguo molino, traído por los españoles en el tiempo de la colonia, que se utilizó para moler granos básicos, principalmente trigo.

Funcionaba con bueyes, y en ocasiones con la fuerza hidráulica del río cercano. Está conformada por dos ruedas de piedra de 1 metro de diámetro y 80 c. de alto cada una y pesa aproximadamente media tonelada. Casa Real del Molino Conserva en su estructura un estilo acorde al entorno y belleza natural del lugar. Este complejo ofrece 5 cabañas totalmente equipadas con capacidad para 11 personas cada una. Todas las cabañas rodeadas de bellos jardines y árboles que dan sombra y clima agradable. Cada una de las cabañas posee acabados y detalles que harán más agradable su estadía. Además de una casa principal para 6 personas que posee: 2 habitaciones, Baño y cocina totalmente equipados.

Hotel Santa Leticia

Hotel-Resort sintonizado con nuestra ecología, con 11 habitaciones en el centro de mas de 7 acres de jardines preciosos, donde puede estar saboreando en nuestro aire puro, la belleza de nuestra naturaleza y un entorno que propone un paraíso compuesto de árboles nativos y cientos de especies de aves locales y migratorias. Este lindo lugar se ubica en el altiplano de Apaneca, Departamento de Ahuachapán, El Salvador; a solo 1 hora 15 minutos de San Salvador; Finca Santa Leticia a estado por mas de 120 años con la Familia Valdivieso. El Restaurante La Finca: Le ofrece una cocina con excelente por medio de nuestros deliciosos manjares locales, y por supuesto le ofrecemos muchas especialidades de la casa. También puede gozar de nuestra piscina con calefacción solar, con un refrescante chapuzón. Nuestro Resort ofrece ciclismo de montaña, caminatas en nuestros senderos, los cuales están adentro de nuestros 230 acres de bosque de café. También puede tomar nuestro tour de café lo cual explica los diferentes aspectos interesantes de lo que es necesario para que usted tenga una deliciosa taza de café. Adentro de la Finca también se haya el sitio arqueológico, con tres monumentos mayas que datan desde 600 años antes de Cristo. Un lugar sagrado ceremonial, es nuestro Sitio Arqueológico, donde los Mayas buscaban sus Dioses, un lugar donde la civilización Maya evoluciono y vivió hace 2600 años. Visitando los pueblos adyacentes: Juayua, Ataco, Nahuizalco y Tacuba, los cuales ofrecen una oportunidad maravillosa para llegar a conocer los pobladores y su modo de vida. Otros lugares cercanos para visitar son nuestras lagunas Las Ninfas y Laguna Verde, dos lugares paradisiacos donde pudiera gozar un picnic con su familia y amigos, el restaurante la Finca, del hotel, les prepara su cesta de comida para picnic. Santa Leticia también esta muy cerca de la reserva del bosque natural El Imposible

AGROTURISMO.

Parque ecológico “EL MANZANO”.

EL Parque ecológico EL MANZANO, se encuentra a tan solo 120 minutos de San salvador, es un área de 110 manzanas de bosque de pino, cipreses, liquidámbar, robles y cafetal, ubicado a 8 Kilómetros al norte de Dulce nombre de María departamento de Chalatenango a una altura de 1,400 msnm. Esta rodeado de los cerros El Candelero, La Tortilla Y El Aserradero. El manzano es una buena opción para viajar disfrutar de un

ambiente entre nubes, pinos, café, historia, cultura, flora y fauna. La belleza del Río Ereguan (La Conquista) le ofrece 10 pozas naturales con cascadas de diferentes alturas y sus raíces frescas aguas le invitan a sumergirse y olvidar el estrés de la ciudad.

La experiencia incluye:

- ✓ Un viaje guiado por senderos naturales para la observación de la flora y fauna de bosques de pino de los cerros El Cándelero, La Tortilla y El Aserradero,
- ✓ Visita a la Casa del Café, donde usted conocerá el proceso de elaboración, empaque y exportación del café Ereguan.
- ✓ En el Centro de Visitantes, gozará de videos de la Guerra de los años 80 y Educación Ambiental.
- ✓ Podrá darse un buen chapuzón en las frescas aguas del Río Ereguan.
- ✓ Disfrute el canto de las aves en el parque de los Pajaritos.
- ✓ Si le atrae el fútbol, pues traiga sus taco y calzoneta, y a disfrutar.
- ✓ Puede visitar la exposición permanente de orquídeas, plantas medicinales y bonsái.
- ✓ Restaurante donde podrá disfrutar de nuestra cocina típica salvadoreña,
- ✓ Tienda de Artesanías donde encontrara variedad de artículos elaborados por manos de hombres y mujeres salvadoreños.
- ✓ Podrá adquirir frutas, hortalizas y ave de corral.

Área natural de “LOS ANDES”

Se encuentra en el departamento de Santa Ana, a 76 kilómetros de San Salvador. Este lugar ofrece bellos paisajes escénicos, abundantes árboles de pinabeto, castaño, papelillo, culebro, agaváceas, gramíneas y rodales puros de ciprés. Dentro de su hábitat abundan diversidad de serpientes y reptiles propios de la zona. Aquí encontrará áreas para acampar y cocinar, cabañas comunales con capacidad para 20 personas, lugares para la observación de aves, amplios jardines, incluyendo un orquidiario, biblioteca especializada, senderos interpretativos, excelentes miradores y un sendero para escalar al volcán de Santa Ana. En esta área natural puede encontrar cinco senderos. El Anisillo, de 1,500 metros; cráter del Volcán de Santa Ana, con 3,700 metros; el Orquidiario, con 1,000 metros y 30 especies de orquídeas; el Ojo de Agua, con 2,000 metros, y Los Clementes, con 500 metros de longitud.

Para llegar a estas áreas naturales se necesita vehículo de doble tracción (4x4) y solicitar permiso escrito a la Asociación de Agrónomos de la Escuela Nacional de Agricultura “Roberto Quiñónez” (SAENA).

Cooperativa De Producción Agropecuaria “COLIMA RL”.



En el kilómetro 46 y medio, cantón colima, municipio de Suchitoto, en el departamento de Cuscatlán está la Asociación Cooperativa de Producción Agropecuaria Colima RL. Allí los socios, además de dedicarse a la agricultura, impulsan un proyecto turístico para que el casco de la hacienda, que alberga las oficinas, sirva de posada a turistas. La parte exterior de la cooperativa es engañosa, ya que desde la carretera se ve la maquinaria agrícola. Pero al entrar a la casa de casi dos siglos surge el interés en el visitante por conocer más de ella por su estilo colonial. El representante legal y presidente de la cooperativa, Mauricio Antonio Quijada, explica que la idea es explotar la historia del lugar. Da como ejemplo su experiencia cuando ocurrió una masacre cuando él tenía 14 años, en 1980. Muestra con su pie los orificios de las balas en el piso. Con la reforma agraria, la casa pasó a manos de los mismos colonos. Según dice don Antonio, los antiguos dueños compraron la propiedad en 1826, y ahora los actuales socios están interesados en devolverle el brillo de antaño, por lo que tratan de cuidar los detalles, pese a que el deterioro es evidente.

La vivienda tiene más de 20 habitaciones, que incluyen dormitorios, bodegas, una amplia cocina que conserva sus características del pasado, así como una amplia terraza con columnas desde donde los ex propietarios veían las toreadas y servía de punto de reunión familiar. También tiene corrales y espacios para la caballeriza. Hay una piscina y cerca de ella permanecen los vestigios de lo que fue la cárcel del puesto de mando militar durante el conflicto armado. Hubo una pista de aterrizaje, canchas de fútbol y una pileta para hacer añil. Se observan viejos tractores y maquinaria agrícola enmohecidos. Los socios de la cooperativa tienen clara la visión del proyecto, y todo apunta a que sería muy atractivo para el turista. Sin embargo, tienen la limitante de la falta de fondos, es por eso que buscan la manera de hacerlo realidad.

Hostal Miramundo



El Hostal Miramundo le ofrece: habitaciones cómodas y seguras, restaurante y cafetería, mini super y bar además: excursiones empresariales y escolares (educativas) paquetes especiales para seminarios de capacitación. Sus habitantes han desarrollado muchas habilidades en el campo de la agricultura para el cultivo de repollos, cebollines, papa, zanahorias, chiles, lechugas, fresas, duraznos y plantaciones frutales de altura. Su vegetación es abundante y está formada principalmente por coníferas. Para llegar a la zona se necesita un carro alto. Río Sumpul límite entre El Salvador y Honduras, Las Pilas famoso por la producción de hortalizas y flores orgánicas. El Pital el cerro más alto del país, acá se efectúan, caminatas opcionales a pie y a caballo; en dicho lugar se encuentra La Peña Rajada origen de un meteorito que cayó en la zona y su partícula más grande rajo la piedra y el resto de sus partículas destruyo a los dinosaurios según cuenta la historia de un arqueólogo español que visito la zona, recomendándola como un lugar turístico cargado de energía. El Hostal Miramundo está ubicado a 9 Km. al Oriente de La Palma, Departamento de Chalatenango, en las elevaciones del Cerro Miramundo. La zona es montañosa, turística, agrícola y de mucha tranquilidad; ambiente libre de delincuencia, la altura es de 2,400 msnm., aproximadamente y su temperatura es de 12 C promedio, a lo largo de todo el año. Emely Tours es la empresa hermana de Hostal Miramundo que proporciona paquetes turísticos y el transporte.

Las Pilas



De la misma manera está el cantón Las Pilas, ubicado en el municipio de San Ignacio, se pueden encontrar la siembra de hortalizas que no crecen en ningún otro lugar del país debido a su necesidad de ciertas temperaturas que solo allí se pueden encontrar; además es un lugar único por los pinares, flores y paisajes que hacen exclamar frases de admiración por lo que nos regala la naturaleza. También hay cómodos hoteles donde hospedarse y el tener un contacto con la agricultura propia del lugar.

Después de haber conocido las diferentes algunas de las experiencia de turismo alternativo en el país, llámese ecoturismo, turismo rural o agroturismo, podemos decir que las que mas se asemeja al modelo son la cooperativa agropecuaria “COLIMA DE R.L.” y el hostel “MIRAMUNDO”, ya que ambas poseen las características básicas para el desarrollo de agroturismo en el país.

3. Estudio de la OMT sobre el agroturismo en América Latina.

Es importante mencionar que para el estudio de un mercado consumidor para este tipo de turismo, se retomara una publicación que realizo la OMT¹² sobre turismo rural a nivel latinoamericano, ya que este documento contiene información sobre las preferencias de los turistas hacia el agroturismo y cuyas características son comunes al modelo de sistema agroturístico; se retomaran aquellas preguntas que reflejen las preferencias de los consumidores potenciales, el estudio completo se presenta en el ANEXO 3.

a. Análisis del turismo rural en Latinoamérica.

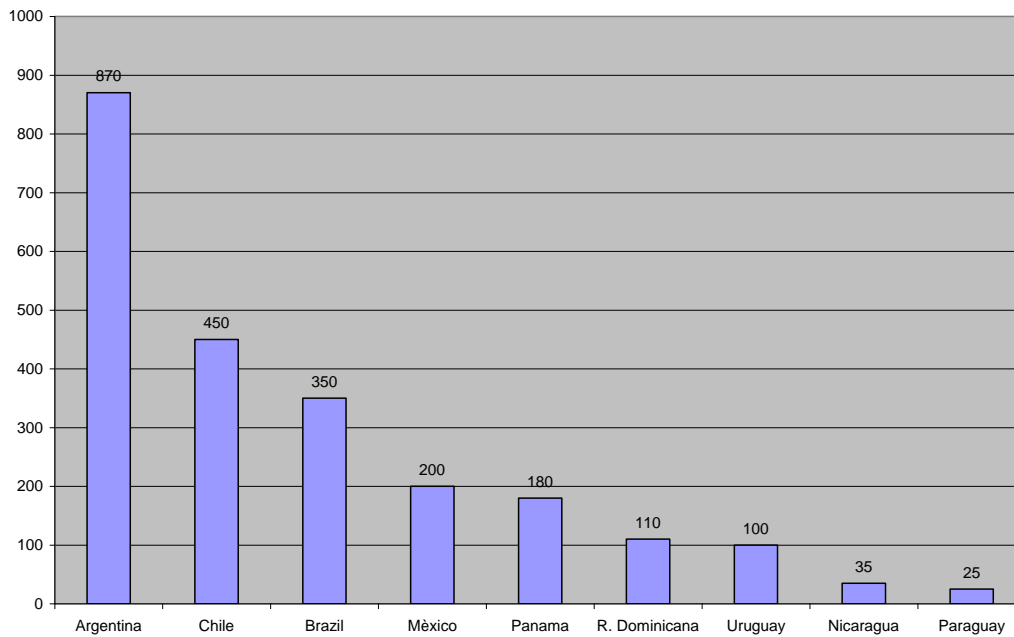
La razón de la diversidad del producto en la región y su reciente desarrollo, se envió una encuesta a los organismos oficiales integrantes de Latinoamérica y especialistas que trabajan en algunos de estos países. La observación del turismo rural a lo largo de los años y las respuestas recibidas, tanto de los organismos como de los representantes permiten realizar las primeras aproximaciones sobre la situación del producto en la región.

b. Análisis de encuestas del turismo rural en Latinoamérica.

1. Establezca la cantidad de establecimientos dedicados a l turismo rural.

¹² Organizaron Mundial del Turismo.

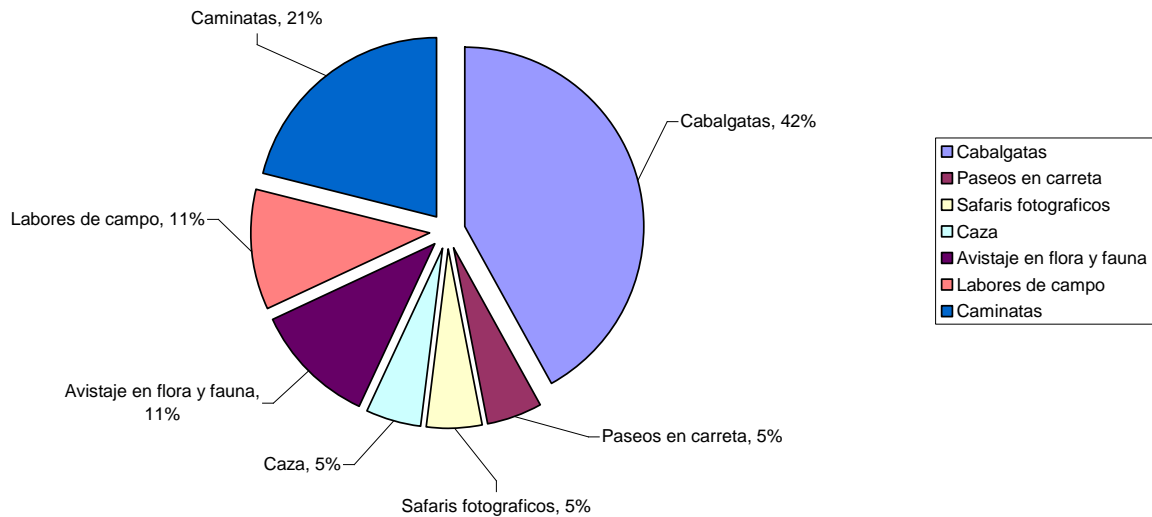
CANTIDAD DE ESTABLECIMIENTO EN OFERTA TURISTICA



Argentina es el país con la mayor cantidad de establecimientos dedicados a la actividad y como veíamos en el cuadro anterior, tienen los registros más antiguos. No obstante, es importante destacar que la implementación del programa argentino de turismo rural ha sido determinante en el desarrollo de la actividad en los últimos años. Chile es el país que cuenta con la segunda cantidad de establecimientos dedicados a la actividad y también cuenta con un programa oficial de apoyo al desarrollo de la misma. Brasil y México sorprenden la pequeña cantidad de establecimientos que se dedican a la actividad; no solo porque la cantidad de turista que reciben anualmente es importante, sino por las dimensiones de dichos países y la cantidad de productores agropecuarios con que cuentan.

2. Cuales son las actividades mas requeridas por los visitantes

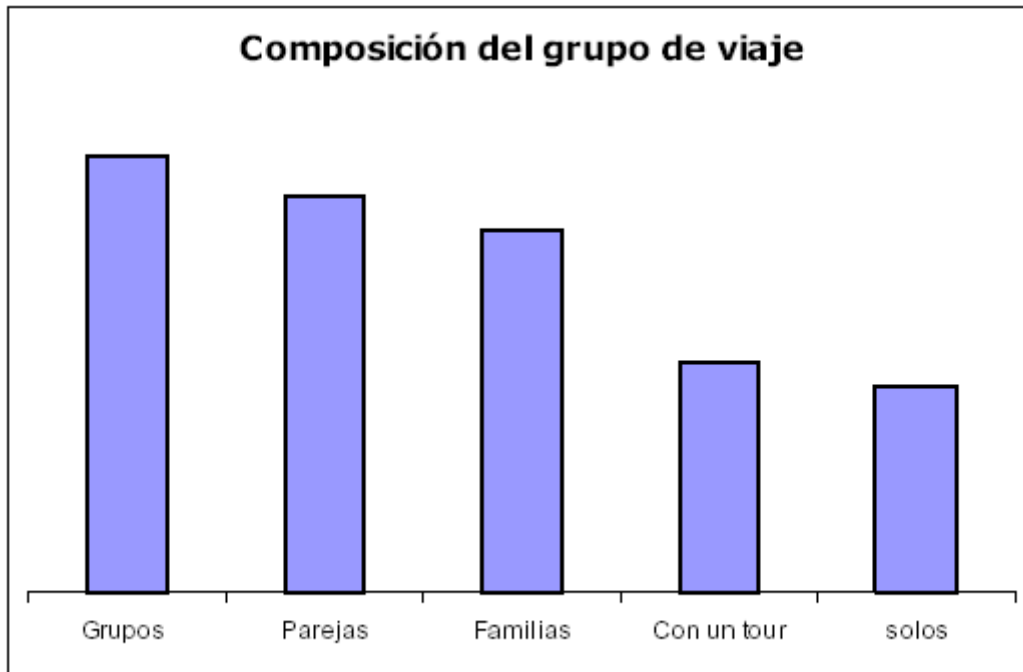
ACTIVIDADES MAS REQUERIDAS



En el diagrama anterior se refleja como actividad más demandada las cabalgatas. Le siguen las caminatas, labores de campo (siendo lo más común el presenciar las mismas sin participar directamente), los paseos en carreta, avistaje de flora y la caza deportiva. Debemos recordar que este último es un segmento con alto potencial de crecimiento para los países, no solo de manera individual, sino también para la región en general.

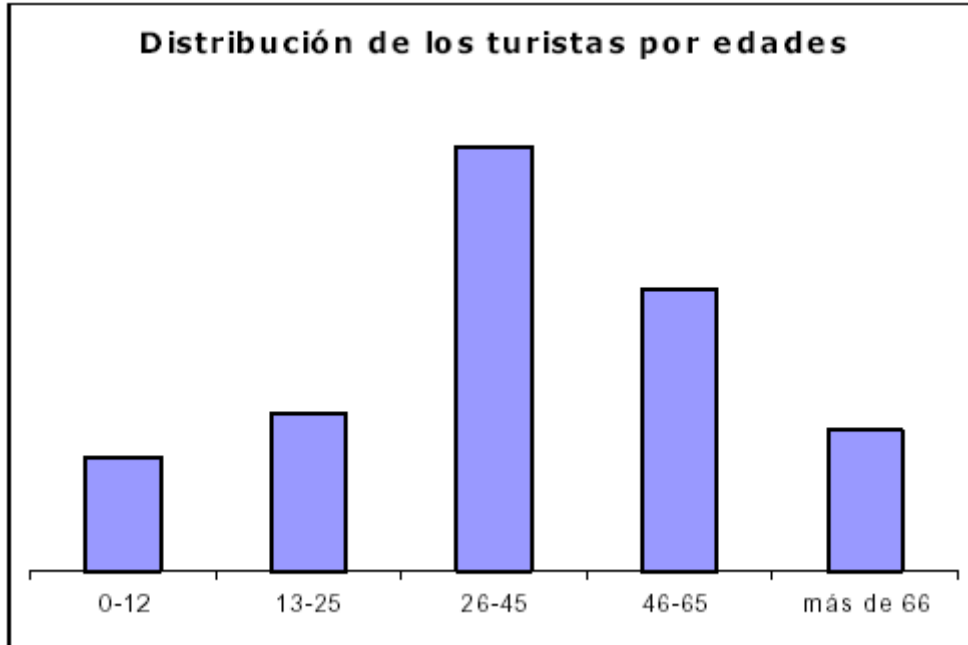
3. Composición de la demanda.

De las personas que toman como opción el turismo rural, en promedio, un 45% son mujeres y un 55% son hombres; a su vez en primer orden figuran los grupos, luego las parejas, las familias con niños y jóvenes, les siguen los que llegan como grupo (organizados por medio de tour operadores) y por último las personas solas.



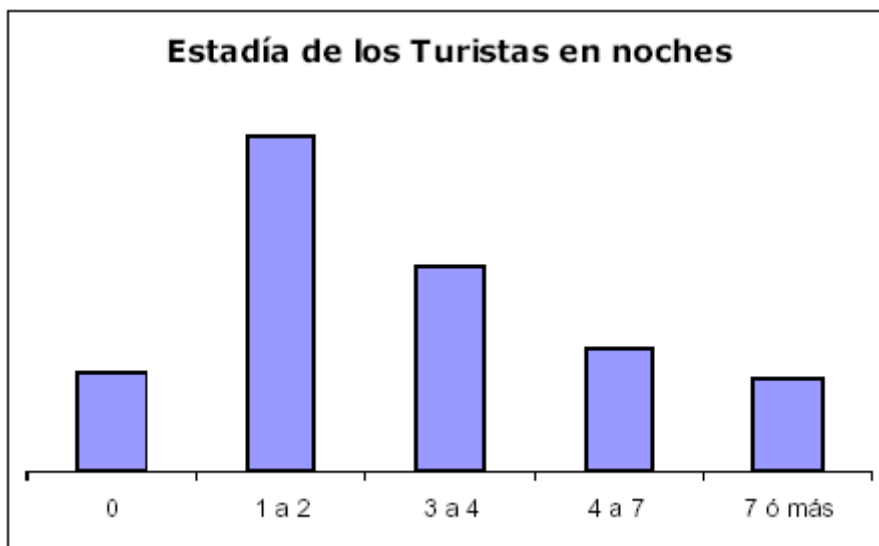
4. Rango de edades de la demanda

En cuanto a las edades tienen mayor participación las personas de entre 26 y 45 años, siguiéndole los que tienen entre 46 y 55 años, luego lo más jóvenes entre 13 y 25 años, muy cerca (en cuanto a valores) las personas maduras de más de 66 años y por último los niños menores de 12 años. Por ello, tiene mucha importancia la oferta de actividades que se ofrecen en cada establecimiento. La distribución de las edades nos indicaría una mayor propensión a demandar actividades, que a inclinarse a lo contemplativo y pasivo de parte del turista.



5. Rangos de estadías de lo turistas.

En cuanto a las estadías, podemos ver que tienen mayor importancia las de una o dos noches. Esto esta directamente relacionado con las ofertas de fin de semana (tres días dos noches), modalidad muy demandada sobre todo para el caso de cercanía del establecimiento con las grandes ciudades.



Argentina, son mayoría las estadías de dos noches (fines de semana), luego le sigue el día de campo.

Brasil, también aquí son de mayor importancia las estadías de dos noches.

Chile, las estadías de mayor importancia son la de 3 noches,

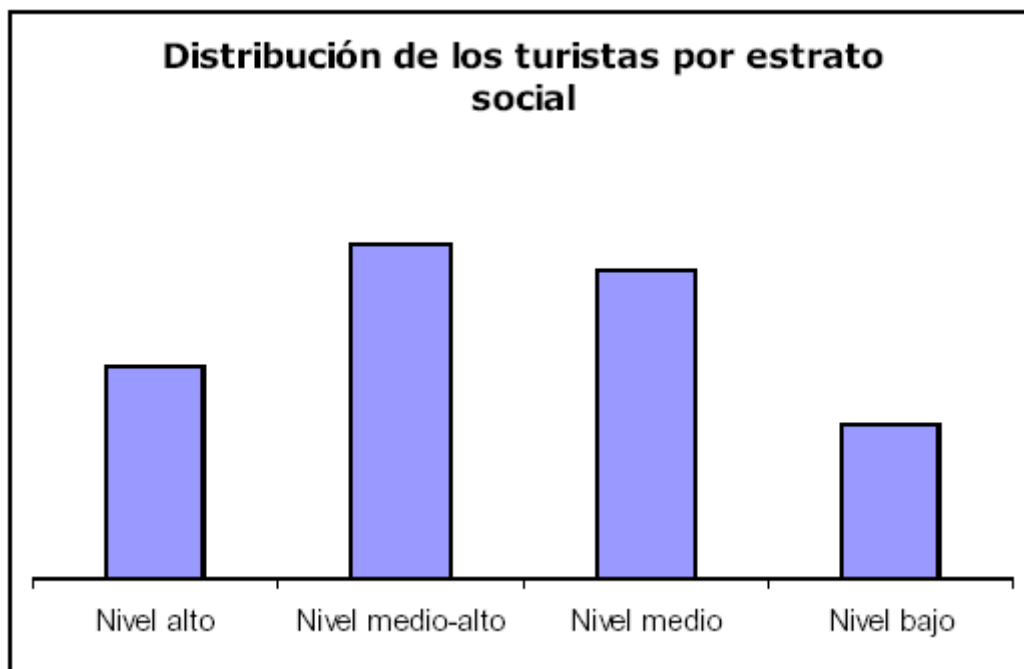
México, son más frecuentes las estadías de 1 a 2 noches, luego le sigue el día sin alojamiento.

Nicaragua, las estadías más frecuentes son de 1 a 2 noches (fin de semana), luego le siguen las estadías de 3 y por último el día de campo.

Panamá, al igual que en México, tiene mayor importancia el rango de 1 a 2 noches.

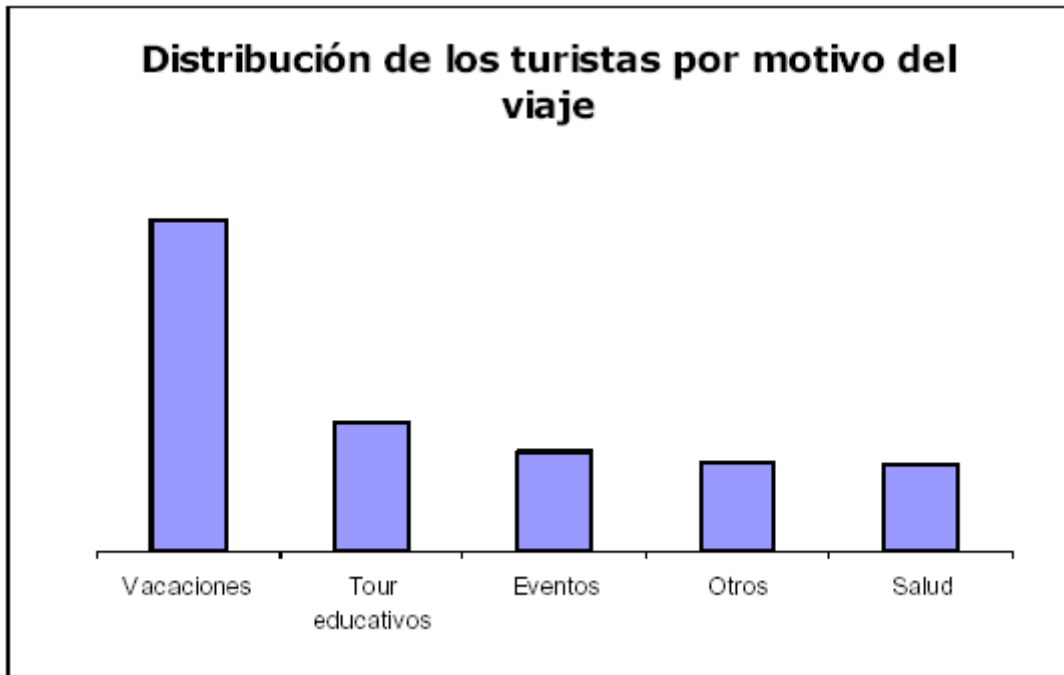
6. Distribución de los turistas por estrato social

Podemos ver que los niveles medio alto y medio son los más representativos de este segmento de mercado, por lo que el desafío es ofrecer productos y servicios de alto valor dado que tienen alta probabilidad de ser aceptados.



7. Motivos de viaje

El principal motivo de viaje de estos clientes está relacionado con las vacaciones y la recreación en el medio rural. Luego le sigue, y con similar importancia relativa, los tours educativos, eventos, otros y los relacionados con la salud (escapar al estrés de la ciudad).

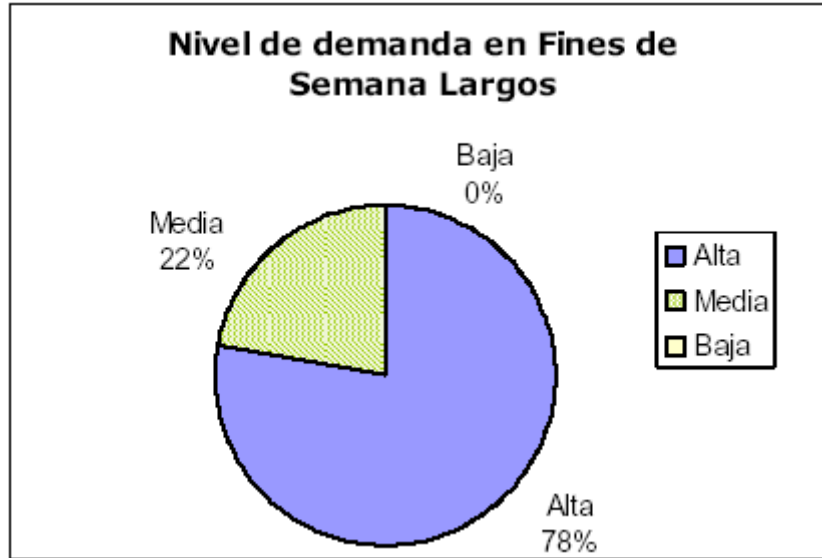


8. Épocas del año mas visitadas

México, Panamá y Paraguay tienen una demanda regular durante todo el año, siendo el porcentaje de ocupación muy interesante y digna de destacar en el caso de Paraguay.

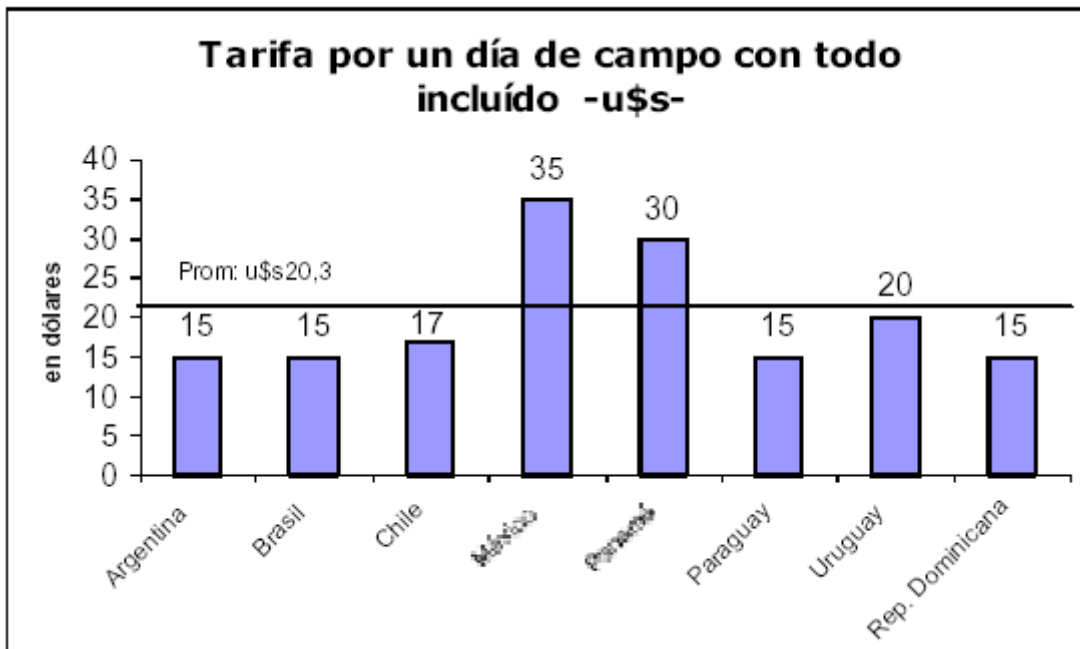
En los casos de Brasil, Chile y Argentina se refleja de manera marcada la estacionalidad en la primera etapa del año, coincidiendo con las fechas de mayor movimiento turístico general.

	Estacionalidad	% de Ocupación de las plazas
Argentina	Mayor en el 1er Trimestre	40%
Brasil	Mayor en el 1er Trimestre	50%
Chile	Mayor en el 1er Trimestre	65%
México	Regular durante todo el año	30%
Panamá	Regular durante todo el año	s/d
Paraguay	Regular durante todo el año	60%
Uruguay	s/d	s/d
Rep. Dominicana	Mayor en el 3er Trimestre	90%



En general es muy marcada la estacionalidad para los fines de semana en los períodos indicados para cada país en el cuadro anterior. El desafío es lograr una mejora en la ocupación en días de semana, destacando que, en algunos países de la región, en ciertas épocas del año directamente no se ofrece el servicio.

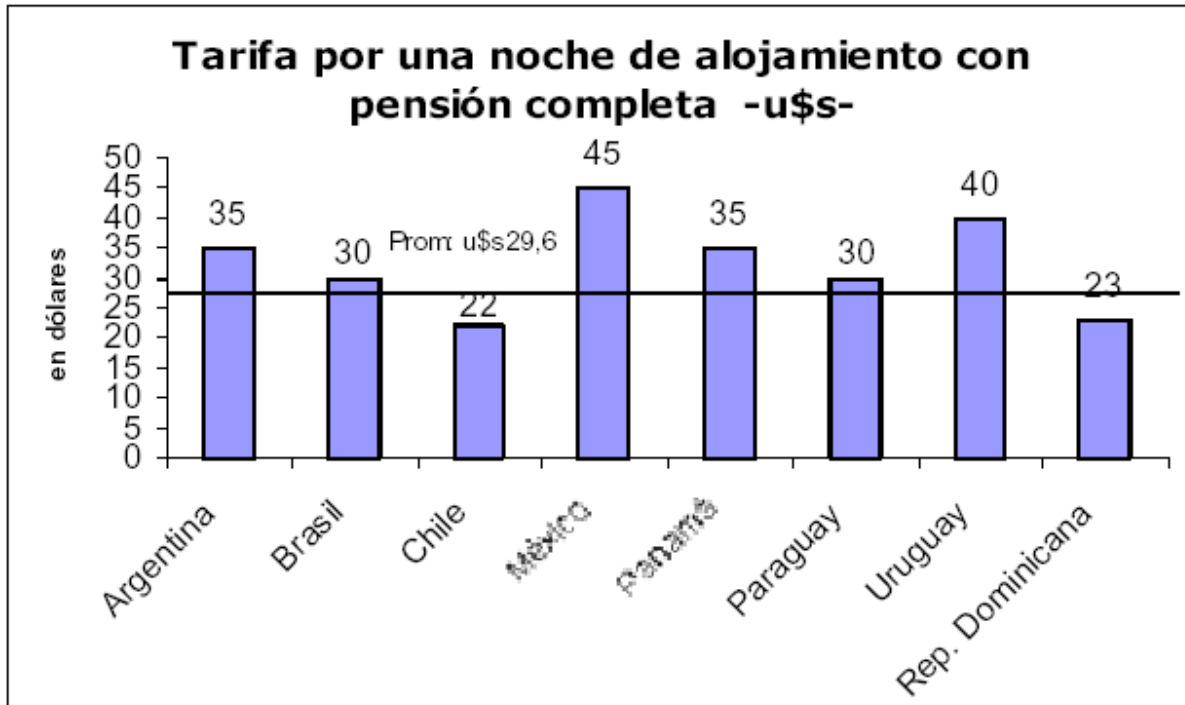
9. Tarifas por un día de campo con todo incluido.



Nivel de precios sin alojamiento. En este caso, México y Panamá tienen un nivel de precios alrededor de los 30 dólares EE.UU., mientras que Paraguay, Brasil, República Dominicana y

Argentina están en el orden de los 15 dólares, y Chile en los 17 dólares aunque el día de campo es la modalidad menos frecuente en este país.

10. Tarifas por una noche de alojamiento con todo incluido.



b) Nivel de precios por noche con pensión completa Los niveles de precios para la pensión completa con alojamiento y actividades principales incluidas, tienen su valor más alto en México y Uruguay con 45 y 40 dólares EE.UU., en tercer orden están Panamá y Argentina con 35 dólares, Paraguay y Brasil, siguen con 30 y, por último, la República Dominicana con 23 y Chile con 22.

En promedio, con y sin alojamiento, México tendría los niveles de tarifas más altas. Lo que se explica principalmente por su perfil de hoteles de campo. No obstante es importante remarcar que al no tener categorización del turismo rural en los países, no se pueden comparar establecimientos similares, algo que sí se puede hacer en la oferta hotelera tradicional.

El producto turismo rural tiene una variación muy amplia en tarifas a nivel individual, determinada principalmente por la diversidad de atractivos y diferencias muy marcadas en los tipos de servicios, infraestructura y actividades puestas en valor turístico.

4. Situación Actual del Departamento de Chalatenango.

Según las experiencias agroturísticas estudiadas se definen los siguientes factores en el cuadro 2 que son importantes para llevar a cabo el agroturismo en el depto. de Chalatenango:

El cuadro que a continuación se presenta, muestra una lista de criterios que fueron definidos a partir del análisis de las experiencias agroturísticas anteriormente mencionadas y los cuales servirán para la evaluación de los municipios que seleccionaran para el diseño del modelo agroturístico.

CUADRO 2: CRITERIOS PARA DESARROLLAR AGROTURISMO

CRITERIOS
Actividades Agropecuarias
Asociaciones Económicas
Desarrollo Humano
Sitios Turísticos
Actividades Artesanales
Vías de Acceso
Servicios Básicos
Recursos Naturales
Riesgos

a. Actividades Agropecuarias de los Municipios.

i. Sector agropecuario de los municipios del departamento de Chalatenango.

Entre los estudios realizados por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), el sector agropecuario en el departamento de Chalatenango, se puede dividir de la siguiente manera:

- El 45% del área norte del departamento de Chalatenango es de cultivos de hortalizas, frutas y todas aquellas cosechas no tradicionales que se den en zonas de climas frescos y/o templados.
- El 35% del área central del departamento de Chalatenango es de cultivos de granos básicos (maíz, maicillo, fríjol, arroz, ajonjolí entre otros), ya que se da un clima cálido, propicio para este tipo de cultivo.

- El 60% del área sur del departamento de Chalatenango es del sector ganadero, donde se da la crianza de ganado vacuno, porcino, caballar y mular, además de la crianza de aves de corral, ya que es una zona donde se da con gran facilidad el cultivo de pasto, alimento básico para el ganado.

En el cuadro 3, se describe las principales actividades agropecuarias que tiene identificado el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), por medio de la Dirección General de Estadísticas Agropecuarias (DGEA), las cuales son:

**CUADRO 3: CLASIFICACION DE LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES
AGROPECUARIAS DE LOS MUNICIPIOS DE CHALATENANGO**

MUNICIPIO	ACTIVIDADES AGROPECUARIAS
Agua Caliente	Los productos agrícolas de mayor cultivo son cereales y café, pero en menor escala existe la crianza de ganado bovino-vacuno, porcino, caballar y mular; lo mismo que de aves de corral.
Arcatao	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: cereales, frijol, yuca y frutas. Existe la crianza de ganado vacuno, porcino, caballar y mular, lo mismo que de aves de corral.
Azacualpa	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: cereales, yuca, ajonjolí, tomate y plantas hortenses. Existe también la crianza de ganado vacuno, porcino; lo mismo que de aves de corral.
Cancasque	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: maíz, maicillo, arroz, frijol y ajonjolí. Hay crianza de ganado vacuno-bovino, porcino, caballar y mular; lo mismo que de aves de corral.
Chalatenango	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: granos básicos, café, plantas hortenses, frutícolas. Hay crianza de ganado vacuno, porcino, caballar y mular. Crianza de aves de corral.
Citalá	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: cebolla, cereales, café, papas y ñil; hay crianza de ganado vacuno, porcino y caballar, lo mismo que de aves de corral.
Comalapa	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: granos básicos, café, plantas hortenses y frutícolas. Hay crianza de ganado: vacuno, porcino, caballar y mular. Crianza de aves de corral. Además de de camarones, pescado
Concepción Quezaltepeque	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: granos básicos, café, plantas hortenses, frutícolas. Hay crianza de ganado vacuno, porcino, caballar y mular; crianza de aves de corral.
Dulce Nombre de María	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: granos básicos, café, plantas hortenses, frutícolas. Hay crianza de ganado: vacuno, porcino, caballar y mular. Crianza de aves de corral.
El Carrizal	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: granos básicos, caña de azúcar, frutas cítricas, pastos y plantas hortenses. Existe la crianza de ganado vacuno, porcino y aves de corral. Además de Crianza de camarones, pescado
El Paraíso	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: caña de azúcar, café, granos básicos, hortalizas y frutas, hay crianza de ganado: vacuno, porcino, caballar y mular. Crianza de aves de corral.
La Laguna	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: maíz, maicillo, frijol y henequén. Además de Siembra de: Pepino, ejote, tomate, güisquil, Miel de abeja Existe la crianza de ganado vacuno y porcino; lo mismo que de aves de corral.

La Palma	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: granos básicos, fruta, papa, café, caña de azúcar; Artesanías, ganado, maíz salvadoreño y cultivos de hortalizas hay crianza de ganado: vacuno y porcino; lo mismo que de aves de corral.
La Reina	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: cereales, fríjol y caña de azúcar. Existe la crianza de ganado: vacuno y porcino; lo mismo que de aves de corral.
Las Flores	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: granos básicos, caña de azúcar y frutas cítricas; hay crianza de ganado vacuno, porcino, caballar y mular; lo mismo que crianza de aves de corral.
Las Vueltas	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: granos básicos, café, plantas hortenses, frutícolas. Hay crianza de ganado vacuno, porcino, caballar y mular. Crianza de aves de corral.
Nombre de Jesús	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: granos básicos, añil y frutas. Hay crianza de ganado vacuno, porcino y caballar; lo mismo que de aves de corral
Nueva Concepción	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: cereales, fríjol, algodón, papaya, Rábano, Cañales, Hortalizas. Crianza de: Peces y camarones Hay crianza de ganado vacuno-bovino, porcino y caballar; lo mismo que de aves de corral
Nueva Trinidad	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: granos básicos, café, plantas hortenses, frutícolas. Hay crianza de ganado: vacuno, porcino, caballar y mular. Crianza de aves de corral.
Ojos de agua	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: granos básicos, café, plantas hortenses y frutícolas. Hay crianza de ganado: vacuno, porcino, caballar y mular, lo mismo que de aves de corral.
Potonico	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: granos básicos, café, plantas hortenses, frutícolas. Hay crianza de ganado vacuno, porcino, caballar y mular, lo mismo que de aves de corral.
San Antonio la Cruz	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: granos básicos, café, plantas hortenses y frutícolas. Hay crianza de ganado: vacuno, porcino, caballar y mular, lo mismo que de aves de corral
San Antonio los Ranchos	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: granos básicos, cacahuete, caña de azúcar y añil. Hay crianza de ganado vacuno y porcino; lo mismo que de aves de corral.
San Fernando	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: café, maíz, fríjol , maicillo, sandía y caña de azúcar. Hay crianza de ganado vacuno-bovino, caballar y mular; lo mismo que de aves de corral.
San Francisco Lempa	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: granos básicos, yuca, plantas hortenses y frutas; hay crianza de ganado vacuno-bovino y porcino; lo mismo que de aves de corral pero a menor escala.
San Francisco Morazán	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: cereales, frutos, caña de azúcar y palmeras. Existe la crianza de ganado: vacuno-bovino, caballar y mular; lo mismo que de aves de corral.

San Ignacio	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: cereales, café, frutas, cebolla, ajo, papas; plantas hortenses, flores y semillas oleaginosas. Hay crianza de ganado vacuno-bovino, caballar, porcino y mular; lo mismo que de aves de corral.
San Isidro Labrador	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: cereales, ajonjolí, añil y caña de azúcar. Hay crianza de ganado vacuno y porcino; lo mismo que de aves de corral.
San Luis del Carmen	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: café, granos básicos y pastos. Además la crianza de ganado vacuno y porcino; lo mismo que de aves de corral.
San Miguel de Mercedes	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: cereales, frijol, cacahuete y henequén. Existe la crianza de ganado vacuno y caprino; lo mismo que de aves de corral.
San Rafael	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: café, cereales y caña de azúcar; hay crianza de ganado vacuno y porcino; lo mismo que de aves de corral.
Santa Rita	En la producción agropecuaria, los productos de mayor cultivo son: cereales y caña de azúcar. Existe la crianza de ganado vacuno, porcino, caballar y mular; lo mismo que de aves de corral.
Tejuela	Los productos agrícolas de mayor cultivo son: granos básicos, café, plantas hortenses, frutícolas. Hay crianza de ganado vacuno, porcino, caballar y mular; lo mismo que de aves de corral.

De acuerdo a los promotores departamentales de Chalatenango del MAG, los municipios con gran sector agropecuario desarrollado y por ende los más importantes, los cuales poseen un gran atractivo turístico son los que se muestran en el cuadro 4:

CUADRO 4: MUNICIPIOS CON MAYORES ACTIVIDADES AGROPECUARIAS

MUNICIPIOS	ACTIVIDADES AGROPECUARIAS.
COMALAPA	Crianza de camarones, pescado
EL CARRIZAL	Crianza de camarones, pescado
LA LAGUNA	Siembra de: Pepino, ejote, tomate, güisquil, Miel de abeja
DULCE NOMBRE DE MARIA	Ganadería y agricultura
SAN RAFAEL	Ganadería y agricultura
LA REINA	Ganadería
NUEVA CONCEPCIÓN	Ganadería, siembra de: Arroz, Papaya, Rábano, Cañales, Hortalizas. Crianza de: Peces y camarones
AGUA CALIENTE	Ganadería

CHALATENANGO	Ganadería
EL PARAÍSO	Ganadería
SAN FERNANDO	Siembra de Sandía
LA PALMA	Artesanías, ganado, maíz salvadoreño y cultivos de hortalizas
SAN IGNACIO	Cultivo de hortalizas, flores
CONCEPCION QUEZALTEPEQUE	Ganadería

b. Organizaciones que se pueden encontrar en el departamento de Chalatenango.

Entre algunas de las formas en las que se encuentran asociadas las diferentes municipalidades que conforman el departamento de Chalatenango podemos mencionar so las mancomunidades, las asociaciones, las cooperativas y las directivas comunales.

i. Las Mancomunidades:

Las mancomunidades se encuentran formadas por diferentes municipalidades como se detalla en el cuadro 5, con el fin de lograr un desarrollo integral de los habitantes de los municipios asociados, en armonía con el medio ambiente¹³. Entre las principales podemos mencionar:

- ✓ Asociación De Municipios De La Montañaona
- ✓ Asociación De Municipios Cerro El Alto - La Bola
- ✓ Asociación De Municipios De Servicio Del Norte AMUSNOR
- ✓ Asociación Intermunicipal Oriente De Chalatenango
- ✓ Microregión central de Chalatenango
- ✓ Asociación Suchitlán
- ✓ Asociación La Palma – San Ignacio

CUADRO 5 MANCOMUNIDADES DE CHALATENANGO

<i>MANCOMUNIDAD</i>	<i>MUNICIPALIDAD</i>	
Asociación De Municipios De La Montañaona	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Las Vueltas ✓ Ojos de agua ✓ El carrizal ✓ La laguna 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comalapa ✓ Chalatenango ✓ Concepción Quezaltepeque

¹³ Visión de la mancomunidad “LA MONTAÑONA”.

Asociación De Municipios Cerro El Alto - La Bola	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Los Ranchos ✓ San isidro Labrador ✓ San Miguel de Mercedes 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Potonico ✓ San Francisco Lempa
Asociación De Municipios De Servicio Del Norte AMUSNOR	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El Paraíso ✓ Agua Caliente 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tejutla ✓ La Reina
Asociación Intermunicipal Oriente De Chalatenango	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Nombre de Jesús ✓ San Antonio la Cruz ✓ San Isidro Labrador 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Arcatao ✓ Nueva trinidad
Microregión central de Chalatenango	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Santa Rita ✓ San Francisco Morazán ✓ Dulce Nombre de Maria 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ San Rafael ✓ San Fernando
Asociación Suchitlán	<ul style="list-style-type: none"> ✓ San Francisco Lempa ✓ San Luis el Carmen 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Azacualpa ✓ San Miguel de Mercedes
Asociación La Palma – San Ignacio	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La Palma ✓ San Ignacio 	

ii. Las asociaciones.

“Las asociaciones son un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autónoma general, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común. Los objetivos comunes pueden ser coyuntuales, tales como la adquisición de un volumen de tecnologías para el beneficio común o el acceso a un financiamiento que requiere garantías que son cubiertas proporcionalmente por parte de cada uno de los participantes”.¹⁴ Las principales asociaciones de Chalatenango las mencionamos en el siguiente cuadro 6:

CUADRO 6 ASOCIACIONES GANADERAS DE CHALATENANGO

<i>ASOCIACIÓN</i>	<i>MUNICIPIOS</i>
Asociación de Ganaderos Y Agricultores de Chalatenango AGACH	<ul style="list-style-type: none"> • Chalatenango • Azacualpa • Potonico • Las vueltas • San Francisco Lempa • San miguel de Mercedes • San José Cancasque • San Antonio los Ranchos <ul style="list-style-type: none"> • La palma • Tejutla • La reina • Santa rita • El paraíso • San Rafael • Nueva Concepción • Concepción Quezaltepeque
Asociación Ganadera y Agrícola de Agua Caliente de R.L. AGAAC	Agua Caliente
Asociación De Agricultores Agropecuarios De Nueva Concepción APANC	Nueva Concepción

¹⁴ www.gestiopolis.com/recursos/documento/fulldocs/ger/clusters.htm

iii. Las cooperativas:

“Las cooperativas son negocios controlados por las personas que las utilizan quienes son los dueños. Las cooperativas se distinguen de otros negocios ya que los socios son los dueños y las mismas operan para el beneficio de los miembros, y no para rendir ganancia para inversionistas ajenos. Al igual que otros negocios, la mayoría de las cooperativas están constituidas bajo las leyes estatales”¹⁵.

Las estructuras comerciales cooperativas proveen seguros, créditos financieros, cuidado a la salud, alojamiento, servicio telefónico, energía eléctrica, transportación, cuidado infantil, y servicios públicos. Los socios utilizan las cooperativas para comprar comida, bienes de consumo, y materiales de negocios y producción. Los agricultores utilizan las cooperativas para la elaboración y comercialización de sus cultivos y ganado, para comprar provisiones y servicios, y para obtener crédito para sus negocios.

Las cooperativas que se encuentran en el departamento de Chalatenango se clasifican en dos tipos:

- Cooperativas de la reforma agraria: las que se conforman a en la reforma agraria (cuadro 7)
- Otras cooperativas: que surgen posteriormente a la firma de la reforma agraria. (cuadro 8)

¹⁵ Definición de la USDA

CUADRO 7 COOPERATIVAS AGROPECUARIAS DE LA REFORMA AGRARIA.

No	NOMBRE DE LA COOPERATIVA	LOCALIZACION
1	Asociación coopertiva de producción agraria TEPEGUA de R.L.	Cantón Santa Rosa ,Municipio De Nueva Concepción
2	Asociación coopertiva de producción agropecuaria TRES HACIENDAS de R.L.	Cantón Los Chilamates, Municipio De Nueva Concepción
3	**Asociación coopertiva de produce ión agropecuaria LA LIBERTAD de R.L.(El Astillero)	Cantón Santa Rosa, Municipio De Nueva Concepción
4	Asociación coopertiva de producción agropecuaria LOS CHILAMATES de R.L.	Cantón El Gavilan, Municipio De Nueva Concepción
5	Asociación coopertiva de la reforma agraria PAÑALAPA de R.L.	Cantón Potrero Sula, Municipio De Nueva Concepción
6	Asociación coopertiva de la reforma agraria SANTA ROSA No 2 de R.L.	Cantón Santa Rosa, Municipio De Nueva Concepción
7	Asociación coopertiva de la reforma agraria LAS GUARAS de R.L.	Cantón Santa Rosa, Municipio De Nueva Concepción
8	Asociación coopertiva de la reforma agraria RANCHO LUNA de R.L.	Cantón Los Chilamates, Municipio De Nueva Concepción
9	Asociación comunitaria campesina del PRODIR SAN ANTONIO POTRERILLOS (Puesto Rico)	Cantón El Gavilan, Municipio De Nueva Concepción
10	Asociación coopertiva de producción agropecuaria SANTA BARBARA de R.L	Cantón Santa Bárbara, Municipio Del Paraíso
11	Asociación coopertiva de producción agropecuaria y servicios múltiples HISTORIAS DE LOS AGRICULTORES de R.L.	Cantón Quitasol, Municipio De Tejuela

** no se encuentran registrados en las asociación agropecuaria

CUADRO 8 OTRAS COOPERATIVAS AGROPECUARIAS.

No	NOMBRE DE LA COOPERATIVA	LOCALIZACION
1	Las Lomitas de R.L.	Cantón Los Naranjos, Municipio De San Luis del Carmen
2	El Rosario ISTA	Cantón El Conacastillo, Municipio De Nueva Concepción
3	La Nueva Esperanza de R.L.	Cantón Nueva Concepción, Municipio De Nueva Concepción
4	El Chaparron de R.L.	Cantón El Chaparron, Municipio De Nueva Concepción
5	ELIM de R.L.	Cantón El Morro, Municipio Comalapa
6	El Rosario del Norte de R.L.	Cantón El Rosario, Municipio De Nueva Concepción
7	Las Trancas de R.L.	Cantón Santa Rosa, Municipio De Nueva Concepción
8	La Providencia No 2 de R.L.	Cantón Los Chilamates, Municipio De Nueva Concepción
9	Nuevo Renacimiento de las Mercedes de R.L.	Cantón Santa Rosa, Municipio De Nueva Concepción
10	Chacalcoyo de R.L.	Cantón Santa Rosa, Municipio De Nueva Concepción
11	Nueva Concepción de R.L.	Cantón Nueva Concepción, Municipio De Nueva Concepción
12	Zazalapa de R.L.	Cantón Nueva Concepción, Municipio De Nueva Concepción
13	Fe y Esperanza Nuevo Eden de R.L.	Cantón Santa Rosa, Municipio De Nueva Concepción
14	Asociación Cooperativa San José de la montaña	Municipio de El Carrizal
15	Asociación de Excombatientes Dios con nosotros	Cantón Vainillas, Municipio del Carrizal

CUADRO 9 COOPERATIVAS NO AGROPECUARIAS

No	NOMBRE DE LA COOPERATIVA	LOCALIZACION
1	Asociación Cooperativa De Ahorro, Crédito, Aprovevisionamiento Y Comercialización De Artesanos De La Palma De R.L. LA PALMA DE R.L.	Municipio de Chalatenango
2	Asociación Cooperativa De Aprovevisionamiento, Ahorro y Crédito De Transportistas De Tejutla De R.L ACAATTE	Municipio de Tejutla

	DE R.L.	
3	Asociación Cooperativa De Ahorro Y Crédito Comunal De Agua Caliente De R.L ACAYCOMAC DE R.L.	Municipio de Agua Caliente
4	Asociación Cooperativa De Ahorro, Crédito, Aproveccionamiento Y Comercialización De Iramon De R.L ACO-IRAMON DE R.L.	Municipio de Nombre de Jesús
5	Asociación Cooperativa De Aproveccionamiento Y Comercialización de Chalatenango de R.L. ACOACCH de R.L.	Municipio de Chalatenango
6	Asociación Cooperativa De Producción Industrial Don Bosco Chalatenango de R.L. ACOPIDB-CHAL DE R.L.	Cantón El Dorada
7	Asociación Cooperativa De Comercialización y Aproveccionamiento de Artesanas y Artesanos EL Renacer Chalateco De R.L ACOPROARTE EL RENACER DE R.L.	Municipio de Chalatenango
8	Asociación Cooperativa De Ahorro, Crédito y Consumo La Semilla de Dios De R.L LA SEMILLA DE DIOS DE R.L.	Municipio de La Palma
9	Asociación Cooperativa de Aproveccionamiento, Ahorro y Crédito De Empresarios De Transporte De Carga Liviana Los Norteños De R.L. LOS NORTEÑOS DE R.L.	Municipio De La Palma
10	Asociación Cooperativa De Ahorro Y Créditos Del Sistema COFICOL de R.L. ACACRESCO DE R.L.	Municipio de Chalatenango
11	Asociación Cooperativa De Ahorro, Crédito Y Producción Agropecuaria Comunal De Nueva Concepción de R.L. ACACYPAC DE R.L.	Municipio de Nueva Concepción
12	Asociación de Artesano de Hamacas	Municipio Concepción Quezaltepeque
13	Asociación Héroes del Volcancillo	Municipio Ojos de Agua
14	Asociación de Artesanos	Cantón la Ceiba Municipio de las vueltas

c. Desarrollo humano en el departamento de Chalatenango.

El *Índice de Desarrollo Humano* se refiere al logro medio del departamento en cuanto a tres dimensiones básicas del desarrollo humano; una vida larga y saludable, los conocimientos y un nivel decente de vida. Por cuanto se trata de un índice compuesto, el IDH contiene tres variables: la esperanza de vida al nacer, el logro educacional (alfabetización de adultos y la tasa bruta de matriculación primaria, secundaria y terciaria combinada) y el PIB (Producto Interno Bruto), real per cápita. El ingreso se considera en el IDH en representación de un nivel decente de vida y en reemplazo de todas las opciones humanas que no se reflejan en las otras dos dimensiones.

Quintiles de pobreza. Se presenta también la información correspondiente al quintil de pobreza al cual pertenece cada uno de los municipios del país (Para nuestro análisis consideramos solo los del departamento de Chalatenango). Los quintiles de pobreza se refieren segmentos de la población, agrupados de acuerdo al nivel de satisfacción de necesidades básicas para lo cuál se utiliza el índice de desarrollo humano.

Los municipios ubicados dentro del quintil 1, corresponden a la población del país que tiene más necesidades básicas insatisfechas (Mayor analfabetismo, hacinamiento, servicio de agua potable por cañería, energía eléctrica, eliminación de excretas, etc.).

Los quintiles de pobreza corresponden a 5 grupos, cada uno de los cuales incluye al 20% de la población total del país de acuerdo al censo de población de 1992, esto quiere decir que los municipios ubicados en el quintil 1, incluyen al 20% de la población más pobre del país (con más necesidades básicas insatisfechas) y los municipios del quintil 5, corresponden a aquellos que albergan al 20% de la población más rica (con menos necesidades básicas insatisfechas).

La **situación con respecto a la pobreza** de los municipios del departamento de Chalatenango se presenta en el siguiente cuadro10:

CUADRO 10 DESARROLLO HUMANO DEL DEPTO. DE CHALATENANGO

DEPARTAMENTO	INDICE DESARROLLO HUMANO /1999	INGRESO TERRITORIAL (% DEL TOTAL)	MUNICIPIOS	QUINTIL DE POBREZA	PROYECCION DE POBLACION 2001 DIGESTYC	% POBLACION RURAL	% POBLACION URBANA	FODES 1998 - 2001		
4	CHALATENANGO	0.642	1.95	1	CHALATENANGO	4	30,217	47.31%	52.69%	20,692,968
				2	AGUA CALIENTE	1	8,840	77.35%	22.65%	10,949,504
				3	ARCATAO	1	2,826	60.26%	39.74%	5,363,956
				4	AZACUALPA	4	1,705	45.58%	54.42%	4,181,551
				5	SAN JOSE CANCASQUE	1	2,202	48.25%	51.75%	4,480,131
				6	CITALA	2	5,178	66.18%	33.82%	7,191,718
				7	COMALAPA	2	4,442	78.10%	21.90%	6,373,930
				8	CONCEPCION QUEZALTEPEQUE	2	6,616	53.42%	46.58%	7,918,447
				9	DULCE NOMBRE DE MARIA	2	5,784	63.31%	36.69%	7,499,479
				10	EL CARRIZAL	2	3,015	81.03%	18.97%	5,265,277
				11	EL PARAISO	2	10,218	64.18%	35.82%	10,531,801
				12	LA LAGUNA	2	5,013	63.93%	36.07%	6,601,670
				13	LA PALMA	1	11,894	72.33%	27.67%	11,282,564
				14	LA REINA	1	8,113	70.83%	29.17%	9,668,109
				15	SAN JOSE LAS FLORES	1	2,200	52.35%	47.65%	4,377,636
				16	LAS VUELTAS	1	1,987	69.04%	30.96%	4,141,960
				17	NOMBRE DE JESUS	1	4,792	79.84%	20.16%	6,751,442
				18	NUEVA CONCEPCION	1	28,937	71.07%	28.93%	22,625,638
				19	NUEVA TRINIDAD	1	3,354	79.20%	20.80%	4,314,214
				20	OJOS DE AGUA	1	3,488	60.98%	39.02%	5,791,452
				21	POTONICO	3	2,666	32.43%	67.57%	4,496,797

			22	SAN ANTONIO DE LA CRUZ	1	2,075	100.00%	0.00%	4,630,365
			23	SAN ANTONIO DE LOS RANCHOS	1	1,436	0.00%	100.00%	3,965,158
			24	SAN FERNANDO	1	1,464	69.85%	30.15%	4,757,004
			25	SAN FRANCISCO LEMPA	2	1,092	26.66%	73.34%	3,785,082
			26	SAN FRANCISCO MORAZAN	1	2,681	64.59%	35.41%	5,514,551
			27	SAN IGNACIO	1	7,023	80.11%	19.89%	8,547,766
			28	SAN ISIDRO LABRADOR	1	554	100.00%	0.00%	3,357,719
			29	SAN LUIS DEL CARMEN	2	2,113	75.35%	24.65%	4,211,338
			30	SAN MIGUEL DE MERCEDES	2	2,472	37.61%	62.39%	4,762,988
			31	SAN RAFAEL	2	4,505	52.43%	47.57%	6,295,563
			32	SANTA RITA	2	4,784	83.67%	16.33%	6,762,104
			33	TEJUTLA	2	14,234	89.09%	10.91%	12,614,670
			SUBTOTAL			197,920			239,704,550
			CHALATENANGO			197,920			239,704,550

En el cuadro anterior se puede observar que los municipios más pobres son los que pertenecen al quintil N° 1, en la columna denominada con el mismo nombre, por los que serán éstos los que califican para las posterior evaluación.

d. Sitios turísticos en los municipios del departamento de Chalatenango

Chalatenango cuenta con un considerable número de propuestas turísticas muy importantes los cuales para nuestra evaluación y selección del lugar para el diseño del modelo es necesario considerarlos porque en gran medida, estos atraen turistas. El hecho de que un municipio cuente con centros turísticos será un factor a favor para que éste sea seleccionado. A continuación se presentará cuadro 11 que muestra los diferentes sitios turísticos, así como su ubicación o el municipio al cual pertenece.

CUADRO 11 SITIOS TURÍSTICOS

No	MUNICIPIO	SITIOS TURISTICOS
1	Agua Caliente	En el caserío El Rosario, cantón Agua Fría, se encuentra una piedra movediza de cinco metros de altura; una laguna en los suburbios del pueblo de Agua Caliente, en la cual hay aguas termales; también hay aguas termales en el caserío El Jute, cantón Agua Zarca y un salto de agua en el río Metayate; todos estos lugares son frecuentados por los pobladores de las localidades cercanas así como de turistas nacionales y extranjeros.
2	Cancasque	Su principal centro de atracción turística es el embalse de la Presa “5 de Noviembre”.
3	Chalatenango	Entre los sitios de atracción turística del municipio se destaca el Balneario Agua Fría.
4	Citála	Su centro de atracción turística es el cerro del Incienso, donde existen ruinas arqueológicas, la poza de la Canastía y el Peñón de Cayaguanca
5	Dulce Nombre de María	Entre los sitios de atracción turística en el municipio se destaca la “Cueva de El Ermitaño” donde existen jeroglíficos.
6	El Carrizal	Sitio arqueológico: aldea vieja, vestigios arqueológicos.
7	La Laguna	Entre los sitios de atracción turística en el municipio se destaca la “Cueva de El Ermitaño” donde existen jeroglíficos.
8	La Palma	Sitio arqueológico: aldea vieja, vestigios arqueológicos.
9	La Reina	Entre los sitios de atracción turística en el municipio se destaca la “Cueva de El Ermitaño” donde existen jeroglíficos.
10	Las Flores	Sitio arqueológico: aldea vieja, vestigios arqueológicos.
11	Nombre de Jesús	Su centro de atracción turística es el río Lempa, el cual cubre la parte S. del municipio.
12	Nueva Concepción	Entre los sitios turísticos se destaca el Parque Acuático Splash.

13	Ojos de agua	Una gruta rupestre situada en el cerro el tablón
14	San Fernando	Su centro de atracción turística son las ruinas arqueológicas de La Matarás, entre la que sobresale la caverna de “Los Matarás” o “Los Muertos”, que mide 50 metros de altura por 140 metros de largo.
15	San Francisco Lempa	Su centro de atracción turística es el Río Lempa.
16	San Ignacio	Entre los sitios de atracción turística podemos mencionar los siguientes: Las Pilas, Cuevas de Shuntrún y los vestigios arqueológicos en los Sisimiles.
17	Santa Rita	Sitio arqueológico: Hacienda el zapote donde se encuentran ruinas arqueológicas.
18	Tejuela	Sitio arqueológico: Roca patada del diablo el cual tiene escritura rupestre.

e. Sitios artesanales del departamento de Chalatenango.

El departamento de Chalatenango es uno de los lugares mas conocidos por la elaboración de sus artesanías, ya se en madera, pintura popular, cerámica, talabartería, manta y en todo tipo de materiales, así como elaboración de artículos decorativos y utilitarios en madera de pino. Este departamento fue uno de los primeros en usar el arte “naif”, que consiste en representar momentos de la vida rural cotidiana, así como la flora y la fauna típicas del lugar, elaboradas en semillas de copinol.



Entre los principales municipios que se dedican a la elaboración de artesanías podemos mencionar:

- **La Palma** que es uno de los centros turísticos y artesanales más importantes de El Salvador, debido a la elaboración de magníficas artesanías. Siendo además el municipio que inicio el arte “Naif”. Este tipo de artesanía, de idea original de Fernando Llorca, ha dado la vuelta al mundo, ya que además se plasma en las toallas de calidad de exportación Hilasal. En la mayoría de las casas hay talleres de elaboración de cofres, portarretratos, bandejas, llaveros, cruces, portalápices y otros artículos.
- **San Ignacio** que se encuentra a ocho kilómetros de La Palma cuya artesanía principal a dar a conocerse con la elaboración de artículos decorativos y utilitarios en madera de pino, diseñados con motivos florales antiguos. Esta artesanía se diferencia por la utilización de

barniz verde y café que llevan cada una de las piezas, tales como porta-vasos, bandejas, portarretratos, revisteros, portacartas, etc. Al mismo tiempo se dedican exclusivamente a los bordados de camisetas, cojines, cuadros, batas y artículos para el hogar

- **Concepción Quezaltepeque** se elaboran hamacas en hilo de algodón. Además, los pobladores elaboran mantos y cortinas en crochet.
- El Pinar es un cantón que se encuentra a cuatro kilómetros de La Palma y que se caracteriza porque a todas horas se les ve a las lugareñas en los patios de sus casas bordando prendas como vestidos, camisas, camisetas, batas, cojines y cuadros. Esta técnica fue enseñada por las monjas a las mujeres indígenas, quienes comenzaron a ponerla en práctica en sus propias vestimentas.

Como todo municipio en el país, los de Chalatenango no se quedan atrás, por lo que encontramos artesanías que los hacen singulares, el cuadro 12 lo demuestra.

CUADRO 12 SITIOS CON ARTESANÍAS

MUNICIPIO	ARTESANIAS
Chalatenango	Alfarería, almidón.
El Carrizal	Alfarería, petates, jabón de aceituna, atarrayas de nailon.
San Ignacio	Artesanías en madera en colores verde, café y pastel
La Palma	Artesanías en madera, barro, cuero, manta, y pintura popular en madera, semilla de copinol y lata.
San Rafael	Objetos en barro como cómales, cántaros, sartenes, macetas, porrones, etc.
San Fernando	Atarrayas y tejeduría.

f. Vías de comunicación

Las principales vías de comunicación del departamento de Chalatenango que se pueden mencionar son la CA-4 que pasa de norte a sur uniendo los municipios de Citalá, San Ignacio, La Palma, Tejutla y Aguilares hasta llegar a la ciudad capital.

Las diferentes vías de acceso entre las ciudades o cabeceras departamentales, villas, los pueblos, los cantones, y caseríos pueden ser:

- Carretera pavimentada
- Carretera sin pavimentar transitable
- Carreteras mejoradas
- Carretera de tierra
- Carretera de tierra mejorada transitable
- Caminos vecinales

CUADRO 13 VÍAS DE COMUNICACIÓN

No	MUNICIPIO	VIAS DE COMUNICACIÓN
1	<i>Nueva Concepción</i>	La ciudad de Nueva Concepción se comunica a través de carretera sin pavimentar con las poblaciones siguientes: Al N. con Santa Rosa Guachipilín; al E. con la carretera (CA-4), a la altura del cantón y caserío Aguaje Escondido jurisdicción de Tejutla; al S. con San Pablo Tacachico y al O. con Texistepeque. Caminos vecinales enlazan cantones y caseríos a la cabecera municipal
2	<i>Dulce Nombre de María</i>	La ciudad de Dulce Nombre de María se une por carretera de tierra con los pueblos de San Rafael y Santa Rita; por carretera pavimentada con la ciudad de Chalatenango. Cantones y caseríos se enlazan por caminos vecinales a la cabecera municipal.
3	<i>San Fernando</i>	La villa de San Fernando se comunica por carretera de tierra con las poblaciones de San Francisco Morazán, Dulce Nombre de María, La Laguna y el Carrizal. Caminos vecinales enlazan cantones y caseríos a la cabecera municipal.
4	<i>La Laguna</i>	El pueblo de La Laguna se comunica por carretera de tierra mejorada transitable en todo tiempo con los municipios de Comalapa, El Carrizal y Concepción Quezaltepeque. Caminos vecinales enlazan cantones y caseríos al pueblo de La Laguna.
5	<i>San Rafael</i>	El pueblo de San Rafael se comunica por carretera de tierra con los pueblos de Santa Rita, Dulce Nombre de María, El Paraíso y San Francisco Morazán. Caminos vecinales enlazan cantones y caseríos con el pueblo de San Rafael.
6	<i>Chalatenango</i>	La ciudad de Chalatenango, se une por carretera pavimentada, que parte hacia el O. con el pueblo de El Paraíso; hacia el N. y S. por carreteras mejoradas con las villas de Concepción Quezaltepeque y San Miguel de Mercedes, respectivamente. Cantones y caseríos se enlazan por caminos vecinales a la cabecera municipal
7	<i>San Francisco Lempa</i>	La villa de San Francisco Lempa se comunica por carretera de tierra con las poblaciones de Azacualpa, Chalatenango, San Luis del Carmen y Suchitoto; caminos vecinales enlazan cantones y caseríos
8	<i>El Carrizal</i>	El pueblo de El Carrizal se comunica por carretera pavimentada con las cabeceras municipales de La Laguna y Comalapa. Cantones y caseríos se enlazan por caminos vecinales a la cabecera municipal.
9	<i>Agua Caliente</i>	Se comunica con las poblaciones de La Reina hacia el N. y Nueva Concepción hacia el S. Caminos vecinales unen cantones y caseríos a la cabecera municipal
10	<i>San Ignacio</i>	La villa de San Ignacio, se comunica a través de la carretera troncal del Norte (CA-4); hacia el NO. con la villa de Citalá y al SE. con la ciudad de Tejutla; caminos vecinales enlazan cantones y caseríos a la cabecera municipal.
11	<i>La Palma</i>	La cabecera del municipio se comunica por carretera pavimentada con los

		municipios de San Ignacio, La Reina y Tejutla. Caminos vecinales enlazan entre sí los cantones y caseríos del municipio.
12	<i>La reina</i>	La villa de La Reina se comunica por carretera sin pavimentar transitable todo el año, con el pueblo de Agua Caliente, La Palma y Tejutla. Caminos vecinales unen entre sí los cantones y caseríos del municipio.
13	<i>Citalá</i>	El municipio de Citalá se comunica al S. a través de la carretera Troncal del Norte (CA-4), con la ciudad de San Salvador, pasando por las poblaciones de San Ignacio, La Palma, Tejutla, Colima, Aguilares, Guazapa, Apopa y hacia el N. con El Poy, punto fronterizo entre las Repúblicas de Honduras y El Salvador. Caminos vecinales enlazan cantones y caseríos.
14	<i>Tejuela</i>	La ciudad de Tejutla se une por carretera pavimentada con la ciudad de La Palma y por carretera de tierra con los municipios de San Rafael y El Paraíso. Cantones y caseríos se enlazan por caminos vecinales a la cabecera municipal.
15	<i>El Paraíso</i>	El pueblo de El Paraíso se une por carretera pavimentada y mejorada con los pueblos de San Rafael y Santa Rita y con la ciudad de Dulce Nombre de María, cantones y caseríos se enlazan por caminos vecinales a la cabecera municipal
16	<i>San Francisco Morazán</i>	El pueblo de San Francisco Morazán se comunica por carretera de tierra con poblaciones de: Tejutla, Dulce Nombre de María, Chalatenango y San Rafael; caminos vecinales enlazan cantones y caseríos a la cabecera municipal
17	<i>Santa Rita</i>	El pueblo de Santa Rita se comunica por carretera de tierra con los municipios de Dulce Nombre de María, San Rafael y San Fernando. Caminos vecinales enlazan entre sí los cantones y caseríos de la cabecera municipal.
18	<i>Comalapa</i>	El pueblo de Comalapa se une por carretera mejorada, hacia el N. con el pueblo de La Laguna y hacia el S. con la Ciudad de Concepción Quezaltepeque. Cantones y caseríos se enlazan por caminos vecinales a la cabecera municipal
19	<i>Arcatao</i>	La villa de Arcatao se comunica por carretera de pavimento con los municipios de Nueva Trinidad, Chalatenango y Las Flores. Caminos vecinales enlazan cantones y caseríos a la villa de Arcatao
20	<i>San Miguel de Mercedes</i>	La villa de San Miguel de Mercedes se comunica por carretera de tierra con la ciudad de Chalatenango y los pueblos de San Antonio Los Ranchos y Potonico; caminos vecinales enlazan cantones y caseríos a la cabecera municipal
21	<i>San Isidro Labrador</i>	El pueblo de San Isidro Labrador se comunica por carretera de tierra con los pueblos de San Miguel de Mercedes, San Antonio Los Ranchos, Chalatenango. Caminos vecinales enlazan cantones y caseríos a la cabecera municipal.
22	<i>Nueva Trinidad</i>	El pueblo de Nueva Trinidad se une por carretera mejorada con la villa de Arcatao y el pueblo de Las Flores. Cantones y caseríos se enlazan por caminos vecinales a la cabecera municipal.

23	<i>Nombre de Jesús</i>	El pueblo de Nombre de Jesús se comunica por carretera de tierra con las poblaciones de Arcatao hacia el N., con Ilobasco y la Presa Hidroeléctrica 5 de Noviembre hacia el S. Cantones y caseríos se unen entre sí a través de caminos vecinales.
24	<i>San Antonio los Ranchos</i>	El pueblo de San Antonio Los Ranchos se comunica por carretera pavimentada con la cabecera municipal de Chalatenango y San José Las Flores; por carretera de tierra con San Miguel de Mercedes, Potonico, San Isidro Labrador. Cantones y caseríos se enlazan por caminos vecinales a la cabecera municipal.
25	<i>San Antonio de la Cruz</i>	El municipio no tiene carreteras pero cuenta con una red de caminos vecinales que enlazan a cantones y caseríos con la cabecera municipal.
26	<i>Las Vueltas</i>	El pueblo de Las Vueltas se une por calle de tierra con la ciudad de Chalatenango y con el pueblo de Ojos de Agua. Cantones y caseríos se enlazan por caminos vecinales a la cabecera municipal.
27	<i>Potonico</i>	El pueblo de Potonico se une por carretera mejorada de tierra con el pueblo de Cancasque y con la villa de San Miguel de Mercedes. Cantones y caseríos se enlazan por caminos vecinales a la cabecera municipal.
28	<i>San Luis del Carmen</i>	El pueblo de San Luis del Carmen se comunica por carretera de tierra con las poblaciones de San Francisco Lempa, Azacualpa y Chalatenango; caminos vecinales enlazan cantones y caseríos a la cabecera municipal
29	<i>Concepción Quezaltepeque</i>	La Ciudad de Concepción Quezaltepeque se une por carretera de tierra con las cabeceras municipales de Comalapa y La Laguna, por carretera pavimentada con la ciudad de Chalatenango. Cantones y caseríos se enlazan por caminos vecinales con la cabecera municipal.
30	<i>Azacualpa</i>	El pueblo de Azacualpa se comunica por carretera de tierra con la ciudad de Chalatenango y los pueblos de San Luis del Carmen y San Francisco Lempa. Caminos vecinales enlazan cantones y caseríos a la cabecera municipal.
31	<i>Cancasque</i>	El pueblo de Cancasque se une por carretera de tierra con las cabeceras municipales de Potonico, San Antonio de Los Ranchos, San Isidro Labrador y San Miguel de Mercedes. Caminos vecinales unen cantones y caseríos a la cabecera municipal.
32	<i>Ojos de Agua</i>	El pueblo de Ojos de Agua se une por carretera mejorada de tierra con los pueblos de El Carrizal y Las Vueltas. Cantones y caseríos se enlazan por caminos vecinales a la cabecera municipal.
33	<i>Las Flores</i>	El pueblo de Las Flores se comunica por carretera pavimentada con las poblaciones de Nueva Trinidad, Arcatao, San Antonio Los Ranchos y Chalatenango. Caminos vecinales enlazan cantones y caseríos a la cabecera municipal.

g. Servicios básicos

Los servicios básicos son aquellos que satisfacen las necesidades mínimas y/o básicas de las personas en un momento dado. Es por ello que los servicios básicos son:

1. Agua potable
2. Alumbrado eléctrico
3. Telecomunicaciones

En el departamento de Chalatenango se encuentran además de los servicios antes mencionados otros tipos de servicios los cuales se resumen en los cuadros 14 y15:

CUADRO 14 OTROS SERVICIOS.

1. Juzgado de paz,	8. ISSS
2. Correo	9. Kindergarten
3. Iglesia	10. Mercado municipal y
4. Centro escolar e instituto nacional	11. Alcaldía municipal
5. Servicio de transporte colectivo	12. Casa comunal
6. Policía nacional	13. Rastro municipal
7. Hospital regional “Dr. Luis Edmundo Vásquez	14. Mercado

CUADRO 15 SERVICIOS BASICOS POR MUNICIPIO.

No	MUNICIPIO	SERVICIOS BASICOS
1	<i>Nueva Concepción</i>	Agua potable, alumbrado eléctrico, telecomunicaciones, juzgado de paz, correo, iglesia, centro escolar y servicio de transporte colectivo.
2	<i>Dulce Nombre de Maria</i>	Agua potable, alumbrado eléctrico, telecomunicaciones, correo, puesto de salud, centros escolares, instituto nacional, juzgado de paz y transporte colectivo e interdepartamental.
3	<i>San Fernando</i>	Alumbrado eléctrico, telecomunicaciones, correo, agua potable, juzgado de paz, centro escolar e iglesias.
4	<i>La Laguna</i>	Alumbrado eléctrico, telecomunicaciones, centros escolares, instituto nacional, correo, puesto de salud, policía nacional, juzgado de paz, iglesia parroquial, casa comunal, agua potable y servicio de transporte colectivo.
5	<i>San Rafael</i>	Agua potable, alumbrado eléctrico, telecomunicaciones, centros escolares, instituto nacional, iglesias, juzgado de paz.
6	<i>Chalatenango</i>	alumbrado eléctrico, agua potable, telecomunicaciones, correo, hospital regional “Dr. Luis Edmundo Vásquez”, ISSS, kindergarten, centros escolares, instituto nacional, transporte colectivo, iglesias, mercado municipal y alcaldía municipal.
7	<i>San Francisco Lempa</i>	Telecomunicaciones, agua potable, juzgado de paz, transporte colectivo, kindergarten, centro escolar e instituto nacional.
8	<i>El Carrizal</i>	Policía nacional, juzgado de paz, casa comunal, correo, puesto de salud, centros escolares, instituto nacional, telecomunicaciones, alumbrado eléctrico, agua potable y servicio de transporte colectivo.
9	<i>Agua Caliente</i>	Alumbrado eléctrico, telecomunicaciones, correo, agua potable, centro de salud, juzgado de paz, transporte colectivo, centros escolares, instituto nacional, iglesias, cooperativa lechera y casa comunal.
10	<i>San Ignacio</i>	Telecomunicaciones, correo, alumbrado eléctrico, agua potable, rastro municipal, servicio de transporte colectivo, juzgado de paz, casa comunal, federación de cajas de crédito, iglesias, centro escolar, parque nacional y unidad de salud.
11	<i>La Palma</i>	Agua potable, telecomunicaciones, correo, unidad de salud, oficina forestal, transporte colectivo, centros escolares, instituto nacional
12	<i>La Reina</i>	Agua potable, correo, telecomunicaciones, centros escolares, instituto nacional, plaza pública, centros deportivos, alumbrado eléctrico, juzgado de paz, oficina agrícola forestal y servicio de buses interdepartamental.
13	<i>Citalá</i>	Rastro municipal, alumbrado eléctrico, telecomunicaciones, correo, agua

		potable, juzgado de paz, transporte colectivo interdepartamental, iglesias, centros escolares, instituto nacional, policía nacional, mercado, kindergarten y puesto de salud
14	<i>Tejuela</i>	Agua potable, alumbrado eléctrico, correo, centro de salud, centros escolares, instituto nacional, servicio de transporte colectivo y telecomunicaciones.
15	<i>El Paraíso</i>	Alumbrado eléctrico, telecomunicaciones, correo, puesto de salud, centros escolares, instituto nacional, juzgado de paz y transporte colectivo
16	<i>San Francisco Morazán</i>	Telecomunicaciones, correo, alumbrado eléctrico, agua potable, alcantarillado, juzgado de paz, transporte colectivo, centro escolar e iglesia.
17	<i>Santa Rita</i>	Telecomunicaciones, alcaldía municipal, juzgado de paz, iglesia católica, casa comunal, puesto de salud, centros escolares y servicio de transporte colectivo
18	<i>Comalapa</i>	Agua potable, alumbrado eléctrico, telecomunicaciones, correo, centros escolares, casa comunal, juzgado de paz y transporte colectivo.
19	<i>Arcatao</i>	Alumbrado eléctrico, agua potable, telecomunicaciones, correo, alcaldía, iglesia parroquial, juzgado de paz, unidad de salud, centro escolar, instituto nacional, servicio de transporte colectivo.
20	<i>San Miguel de Mercedes</i>	Correo, juzgado de paz, puesto de salud, iglesia, centro escolar, instituto nacional, alumbrado eléctrico, agua potable, telecomunicaciones y servicio de transporte colectivo.
21	<i>San Isidro Labrador</i>	Alumbrado eléctrico, agua potable, centro escolar, iglesia, correo, juzgado de paz, telecomunicaciones y centro de salud.
22	<i>Nueva Trinidad</i>	Agua potable, alumbrado eléctrico, telecomunicaciones, juzgado de paz, correo, iglesia, centro escolar y servicio de transporte colectivo.
23	<i>Nombre de Jesús</i>	Los servicios públicos con que cuenta el pueblo son: agua potable, alumbrado eléctrico, telecomunicaciones, correo, transporte colectivo, juzgado de paz, puesto de salud, centros escolares e iglesias.
24	<i>San Antonio los Ranchos</i>	Agua potable, alumbrado eléctrico, telecomunicaciones, centro escolar, kindergarten, iglesia y centro de salud.
25	<i>San Antonio de la Cruz</i>	Agua potable, alumbrado eléctrico, telecomunicaciones, correo, unidad de salud y centro escolar.
26	<i>Las Vueltas</i>	Agua potable, alumbrado eléctrico, telecomunicaciones, correo, puesto de salud, centro escolar, servicio de transporte colectivo y juzgado de paz.
27	<i>Potonico</i>	Agua potable, alumbrado eléctrico, telecomunicaciones, correo, unidad de salud, centros escolares, instituto nacional, juzgado de paz, iglesia y transporte colectivo.

28	<i>San Luis del Carmen</i>	Agua potable, alumbrado eléctrico, telecomunicaciones, correo, servicio de transporte colectivo, centro escolar, kindergarten y centro de salud.
29	<i>Concepción Quezaltepeque</i>	Agua potable, alumbrado eléctrico, telecomunicaciones, correo, unidad de salud, centros escolares, instituto nacional, transporte colectivo y juzgado de paz.
30	<i>Azacualpa</i>	Alumbrado eléctrico, agua potable, telecomunicaciones, transporte colectivo, centros escolares, instituto nacional, iglesias y centro de salud.
31	<i>Cancasque</i>	Telecomunicaciones, alumbrado eléctrico, correo, agua potable, transporte colectivo, juzgado de paz, centro escolar e iglesia.
32	<i>Ojos de Agua</i>	Agua potable, alumbrado eléctrico, telecomunicaciones, correo, centro escolar, transporte colectivo y juzgado de paz.
33	<i>Las Flores</i>	Agua potable, alumbrado eléctrico, telecomunicaciones, correo, servicio de transporte colectivo, unidad de salud, juzgado de paz, centros escolares e iglesia.

h. Recursos naturales del departamento de Chalatenango.

El departamento es bordeado en su parte norte por la cordillera Alotepeque - Metapán; que al igual de Nahuaterique en Morazán y la Unión, está situada en la línea fronteriza entre Honduras y El Salvador. Dicha cordillera es una estribación de la montaña de Chiquimula, que forma parte de la Sierra Madre Guatemalteca y al penetrar en territorio salvadoreño se ramifica hacia el N. del depto. de Santa Ana, norte y centro del departamento de Chalatenango. Dentro del depto. de Chalatenango son notables las estribaciones de: Higueras, Izotal, Manzanillo, El Caracol y el cerro El Pital, que constituye la cima montañosa más elevada del país, con 2,780.0 m SNM.

De acuerdo con la altitud sobre el nivel del mar, existen en el depto. los siguientes tipos de climas: de 0 a 800 metros sabanas tropicales calientes (tierra caliente), el cual abarca un setenta por ciento del área total del depto.; de 800 a 1,200 metros. Clima tropical de altura (tierra fría). El monto pluvial anual oscila entre 1,400 y 2,900 mm.

La flora constituye los siguientes tipos de bosques: húmedo subtropical, cuyas especies arbóreas más notables son: ceiba, manzano-rosa, aceituno, chaperno, madrecacao y otros; muy húmedo subtropical, situado en la parte norte media del departamento, en donde se encuentran las especies arbóreas siguientes: zopilocuavo, níspero, capulín de monte, liquidambar y otros; más al norte del departamento, en la zona de mayor altura, donde se destaca el cerro El Pital con

2,780 m SNM, encontramos bosques húmedos montano bajo, cuyas especies arbóreas más conocidas son: pino, roble, encino y ciprés.

A continuación se presentan los principales recursos naturales en el cuadro 16 así como los nombres de los ríos, cerros y quebradas más importantes, de los municipios seleccionados, así como también el clima y los principales tipos de flora:

CUADRO 16 PRINCIPALES RECURSOS NATURALES POR MUNICIPIO.

No	MUNICIPIO	RECURSOS NATURALES
1	<i>Nueva Concepción</i>	Los principales recursos naturales que se pueden mencionar son los ríos Lempa, San Nicolás, Jayuca, Moja Flores O El Paterno y lo cerros Lempa, San Nicolás, Jayuca, Moja Flores O El Paterno, Duraznillo, Ocotillo, EL Teosinte, Las Visiones. Su clima es cálido y pertenece al tipo de tierra caliente. La flora está constituida por bosque húmedo subtropical.
2	<i>Dulce Nombre de Maria</i>	Los importantes recursos naturales que se pueden mencionar son los ríos Sumpul y Los Naranjos, junto a los cerros Ojo De Agüita, El Viejo Diego Posee un clima fresco, que pertenece al tipo de tierra caliente y tierra templada. La flora que lo constituye es bosque húmedo subtropical y bosque muy húmedo subtropical. Las especies arbóreas más notables son: Madrecacao, pepeto, pino de ocote, chaparro, nance, roble, tambor, capulín de monte, mulo y níspero.
3	<i>San Fernando</i>	Los principales recursos naturales que se pueden mencionar son el río Sumpul y los cerros Negro, Plan De Lirios, El Desengaño. Su clima es fresco y agradable, pertenece al tipo de tierra templada y tierra fría. La flora está constituida por bosque muy húmedo subtropical y muy húmedo montano bajo. Las especies arbóreas más notables son: níspero, ojushte, nance, roble y otros.
4	<i>La Laguna</i>	Los principales recursos naturales que se pueden mencionar son los ríos Sumpul, Pacaya y los cerros Cuatro Pinos, Ponedera, La Angostura, El Volcancillo, El Ocotalito. El clima es fresco y agradable, pertenece al tipo de tierra caliente. La flora está constituida por bosque húmedo subtropical fresco. Las especies arbóreas más notables son: papaturro, volador, conacaste, morro y pepeto.
5	<i>San Rafael</i>	Los principales recursos naturales que se pueden mencionar son los ríos El Potrero o La Canoa, Las Minas y los cerros de El Achiotal, El Cerrón, El Jiote. El clima es tropical caliente; pertenece al tipo de tierra caliente. La flora está constituida por bosque húmedo subtropical. Las especies arbóreas más notables son: volador, papaturro, morro, conacaste, madrecacao y roble.
6	<i>Chalatenango</i>	Los principales recursos naturales que se pueden mencionar son los ríos Tamulasco, Azambio y los cerros El Angel, Talzate, Oliva. El clima es cálido en su mayor parte y presenta en su zona N. un clima fresco y agradable; pertenece a los tipos de tierra caliente y tierra templada. La flora constituye bosque húmedo subtropical, las especies arbóreas más notables son: morro, pino de ocote, pepeto, madre-cacao, nance, roble, chaparro y otros.
7	<i>San Francisco Lempa</i>	Los principales recursos naturales que se pueden mencionar son los quebradas: La Caja, San Francisco, La Raya y el embalse del Cerrón Grande. Aunque carece de grandes elevaciones orográficas Su clima es cálido y pertenece al tipo de tierra caliente, con alturas promedio de 800 m SNM. La flora está constituida por bosque húmedo subtropical.
8	<i>El Carrizal</i>	Los principales recursos naturales que se pueden mencionar son el río Sumpul, junto a los cerros El Cerrón, Tepesinte, Volcancillo. El clima es fresco y agradable, pertenece al tipo de tierra caliente y tierra templada. La flora está constituida por bosque húmedo subtropical, fresco. Las especies arbóreas más notables son: roble, chaparro, nance, volador, conacaste, pepeto y madrecacao.
9	<i>Agua Caliente</i>	Los principales recursos naturales que se pueden mencionar son los ríos Lempa, Sapuapa, Metayate. Entre los cerros que posee podemos indicar Tierra Sumida, El Volcán, Cuchilla. Su clima es cálido, pertenece al tipo de tierra caliente. La flora está constituida por bosque húmedo subtropical. Sus especies arbóreas más notables son: nance, volador, zopilocuavo, pino,

		morro y otros.
10	San Ignacio	Los principales recursos naturales que se pueden mencionar son los ríos San Ignacio, Nunuapa, Jupula o El Rosario, y los cerros principales tenemos Peña de Cayaguanca, El Pital, La Cima. El clima es fresco y agradable, pertenece al tipo de tierra templada en un noventa por ciento y tierra caliente. La flora esta constituida por bosque húmedo subtropical, muy húmedo subtropical y muy húmedo montano bajo.
11	La Palma	Los principales recursos naturales que se pueden mencionar son los ríos La Palma o Los Pozos, Nunuapa, Sapuapa.y los cerros Las Cumbres O De Las Granadillas, Yoroconte, Miramundo, Troncón Prieto. El clima pertenece al tipo de tierra templada y tierra fría. La flora constituye bosque húmedo subtropical, bosque muy húmedo subtropical y bosque muy húmedo montano bajo. Las especies arbóreas más notables son: papaturro, conacaste, pino de ocote, roble, chaparro, zopilocuavo, tambor, níspero, ojushte y mulo.
12	La reina	Los principales recursos naturales que se pueden mencionar son los ríos Talquezalapa, Metayate, Grande De Tilaza y los cerros Carrizalón, Troncón Prieto, Cuchilla, Tierra Sumida El Durazno, Teosinte, Mano De Piedra. El clima es fresco y agradable, pertenece al tipo de tierra caliente y tierra templada. La flora esta constituida por bosque húmedo subtropical. Las especies arbóreas más notables son: cedro, ceiba, copinol, pepeto, madrecaao, nance y chaparro.
13	Citalá	Los principales recursos naturales que se pueden mencionar son los ríos Lempa, Shushula y los cerros Montecristo, Piedra Menuda, El Zapotal. Dentro del municipio se pueden denotar dos tipos de clima: Cálido en la parte E., que pertenece al tipo de tierra caliente y fresco en la parte O., que pertenece al tipo de tierra templada y fría. La flora está constituida por bosque húmedo subtropical, muy húmedo subtropical y muy húmedo montano bajo.
14	Tejuela	Los principales recursos naturales que se pueden mencionar son: los rios grande de Tilapa, Soyate y los cerros el cerrón, la danta, el nancito. El clima es caluroso, pertenece al tipo de tierra caliente. El monto pluvial anual oscila entre 1,600 y 2,100 mm. La flora constituye bosque húmedo subtropical. Las especies arbóreas más notables son: morro, pepeto, madrecaao, pino de ocote, nance, roble, chaparro y otros.
15	El Paraíso	Los principales recursos naturales que se pueden mencionar son los ríos principales tales como El Grande, El Paraíso que tiene como afluente la quebrada. La Galera y Las Minas. Los cerros principales son El Canelo, Las Ventanas y Las Tunas. El clima es caluroso, pertenece al tipo de tierra caliente. El monto pluvial anual oscila entre 1,650 y 1,775 mm. La flora constituye bosque húmedo subtropical. Las especies arbóreas más notables son: morro, pepeto, madrecaao, pino de ocote, chaparro, nance, roble y otros.
16	San Francisco Morazán	Los principales recursos naturales que se pueden mencionar son los ríos principales El Grande De Tilaza, El Sumpulito, El Padre Y El Verde. Los cerros principales son El Carrizalón, El Ojo De Agüilita, El Candelero Y El Viejo Diego. Dentro del municipio se puede denotar dos tipos de clima: fresco y agradable, en la parte N y cálido en la parte S., o sea tierra caliente y tierra fría. El monto pluvial anual oscila entre 1,800 y 2,400 mm. La flora está constituida por bosque húmedo subtropical, muy húmedo subtropical y muy húmedo montano bajo.

17	<i>Santa Rita</i>	Los principales recursos naturales que se pueden mencionar son los ríos principales tales como El Potrero y El Azambio. Los cerros principales que posee son El Volcancillo y Los Gatos. Su clima es fresco y agradable, pertenece al tipo de tierra caliente. El monto pluvial anual oscila entre 1,500 y 2,000 mm. La flora está constituida por bosque húmedo subtropical fresco; las especies arbóreas más notables son: papaturro, volador, conacaste, morro y pepeto.
18	<i>Comalapa</i>	Los principales recursos naturales del municipio son: el río Azambio, los cerros principales tenemos El cerrón, Casampulga, Volcancillo. El clima es fresco en el lado N. del municipio y caluroso en el resto de él; pertenece a los tipos de tierra caliente y tierra templada. El monto pluvial anual oscila entre 1,900 y 2,255 mm. La flora constituye bosque húmedo subtropical. Las especies arbóreas más notables son: papaturro, conacaste, volador, palo blanco, morro, pino de ocote, nance, chaparro y otros.
19	<i>Arcatao</i>	Los principales recursos naturales del municipio son los principales ríos son: Gualsinga y Zazalapa. Los cerros principales son La Pintal, El Sapo, La Montañita, Ocotillo, El fraile y Las ventanas. El clima es fresco y agradable, pertenece al tipo de tierra caliente y tierra templada. El monto pluvial anual oscila entre 1,900 y 2,000 mm. La flora está constituida por bosque húmedo subtropical caliente. Las especies arbóreas más notables son: papaturro, conacaste, morro y pepeto.
20	<i>San Miguel de Mercedes</i>	Los principales recursos naturales del municipio son los ríos principales Altina y Guarjilita. Los cerros principales son El Zope, El Pederal y El Colorado. Su clima es fresco y agradable, pertenece al tipo de tierra caliente y tierra templada. El monto pluvial anual oscila entre 1,800 y 2,000 mm. La flora está constituida por bosque húmedo subtropical, caliente. Las especies arbóreas más notables son: ceiba, nance, volador y madrecaao.
21	<i>San Isidro Labrador</i>	Los principales recursos naturales del municipio son el río principal El Guancora. Los cerros principales son Los Coyotes, Las Minas, El Calera y Las Parvas. El clima es fresco y agradable, pertenece al tipo de tierra caliente. El monto pluvial anual oscila entre 1,600 y 2,000 mm. La flora está constituida por bosque húmedo subtropical caliente. Las especies arbóreas más notables son: papaturro, volador, conacaste, morro, pepeto y madrecaao.
22	<i>Nueva Trinidad</i>	Los principales recursos naturales del municipio son los ríos principales El Sumpul, El Manaquil. Los cerros principales son CHICHILCO, EL PINTADO, LISO y LOS COYOTES. El clima es cálido, pertenece al tipo de tierra caliente. El monto pluvial anual oscila entre 1,200 y 1,800 mm. La flora constituye bosque húmedo subtropical. Las especies arbóreas más notables son: morro, pepeto, madrecaao, pino de ocote, nance, roble y chaparro.
23	<i>Nombre de Jesús</i>	Los principales recursos naturales del municipio son los ríos principales El Lempa, Guayquiquin, Gualcuquin O El Amatillo. Los cerros principales son Iramon, Patamera y LOS CHIVOS. Su clima es cálido, pertenece al tipo de tierra caliente, con un nivel de tierra promedio de 900 m SNM. El monto pluvial anual oscila entre 1,800 y 2,000 mm. La flora está constituida por bosque húmedo subtropical

24	<i>San Antonio los Ranchos</i>	Los principales recursos naturales del municipio son el río principal Guarjilita. Los Cerros Principales Las Mesas y La Cumbre. El clima es cálido, pertenece al tipo de tierra caliente. El monto pluvial anual oscila entre 1,750 y 1,775 mm. La flora está constituida por bosque húmedo subtropical fresco. Las especies arbóreas más notables son: papaturro, volador, morro, roble, nance y pepeto.
25	<i>San Antonio de la Cruz</i>	Los principales recursos naturales del municipio son el río principal Manaquil Su clima es cálido, pertenece al tipo de tierra caliente. El monto pluvial anual oscila entre 1,900 y 1,950 mm. La flora constituye bosque húmedo subtropical. Las especies arbóreas más notables son: morro, madrecaao, pepeto, pino de ocote, nance, roble, chaparro y otros
26	<i>Las Vueltas</i>	Los principales recursos naturales del municipio son el río principal Tamulasco. Los cerros principales Los Picacho, El Ocote Redondo y Quequeshque. El clima es fresco y agradable, pertenece a los tipos de tierra templada y tierra caliente. El monto pluvial anual oscila entre 1,850 y 2,050 mm. La flora constituye bosque húmedo subtropical. Las especies arbóreas más notables son: chaparrales, nance, pino de ocote, roble, madrecaao y morro.
27	<i>Potonico</i>	Los principales recursos naturales del municipio son los ríos principales El Lempa y El Yancoque. Los cerros principales son Las Minas, El Sillón Y El Coyol. Clima cálido y pertenece al tipo de tierra caliente. El monto pluvial anual oscila entre 1,775 y 1,800 mm. La flora constituye bosque húmedo subtropical. Las especies arbóreas más notables son: madrecaao, pepeto, pino de ocote, chaparro, nance, roble y morro.
28	<i>San Luis del Carmen</i>	Los principales recursos naturales que se pueden mencionar son: los ríos Lempa y Altina; las quebradas.: El Zapote, Las Pilonas, Las Pilas, Agua Zarca, El Macho, Las Tabernas y La Petaquilla, y los cerros jícaro, las mesas, el bonetio, ranca barbara. Su clima es cálido y pertenece al tipo de tierra caliente. El monto pluvial anual oscila entre 1,600 y 1,800 mm. La flora está constituida por bosque húmedo subtropical. Las especies arbóreas más notables son: papaturro, volador, conacaste, morro, pepeto, madrecaao y nance.
29	<i>Concepción Quezaltepeque</i>	Los principales recursos naturales que se pueden mencionar son los ríos: Azambio y Motochico. Los cerros principales son El Volcancillo, El Pito y Carranchagua. El clima de este municipio es caliente en su lado O. y fresco en su parte E., pertenece a los tipos de tierra caliente y templada. El monto pluvial anual oscila entre 1,750 y 2,075 mm. La flora constituye bosque húmedo subtropical; las especies arbóreas más notables son: pepeto, madrecaao, pino de ocote, chaparrales, nance, roble y otros.
30	<i>Azacualpa</i>	Los principales recursos naturales que se pueden mencionar son las quebradas.: El Pacito, La Presa, El Barrito, Grande y de Marina. Los cerros: La Cebadilla y Pando. De acuerdo con la altura sobre el nivel del mar, el tipo de clima del municipio es cálido. El monto pluvial anual oscila entre 1,700 y 1,900 mm. La flora está constituida por bosque húmedo subtropical; las especies arbóreas más notables son: papaturro, volador, conacaste, morro, pepeto y roble.

31	<i>Cancasque</i>	Los principales recursos naturales que se pueden mencionar son los ríos principales tales como El Lempa y El Tetelquín. Los cerros principales es El Coyote. Su clima es cálido, pertenece al tipo de tierra caliente. El monto pluvial anual oscila entre 1,775 y 1,925 mm. La flora está constituida por bosque húmedo subtropical. Las especies arbóreas más notables son: nance, roble, pepeto, chaparro, madrecacao, conacaste, papaturro y ojushte.
32	<i>Ojos de Agua</i>	Los principales recursos naturales que se pueden mencionar son EL río principal Sumpul. Los cerros principales son El Volcancillo, La Burrera, El Vivo y El Cashagua. El clima es cálido en la mayor parte del municipio, presentando un clima fresco y agradable en su zona O.; pertenece a los tipos de tierra caliente y templada. El monto pluvial anual oscila entre 1,850 y 2,150 mm. La flora constituye bosque húmedo subtropical. Las especies arbóreas más notables, son: conacaste, morro, pino, pino de ocote, pepeto, madrecacao, chaparrales, nance y roble.
33	<i>Las Flores</i>	Los principales recursos naturales que se pueden mencionar son los ríos principales El Sumpul y La Honduras O El Guayabo. El cerro principal es El Tia. Su clima es cálido, pertenece al tipo de tierra caliente. El monto pluvial anual oscila entre 1,800 y 2,000 mm. La flora está constituida por bosque húmedo subtropical. Las especies arbóreas más notables en el municipio son: capulín de monte, roble y nance.

i. Riesgos Geográficos.

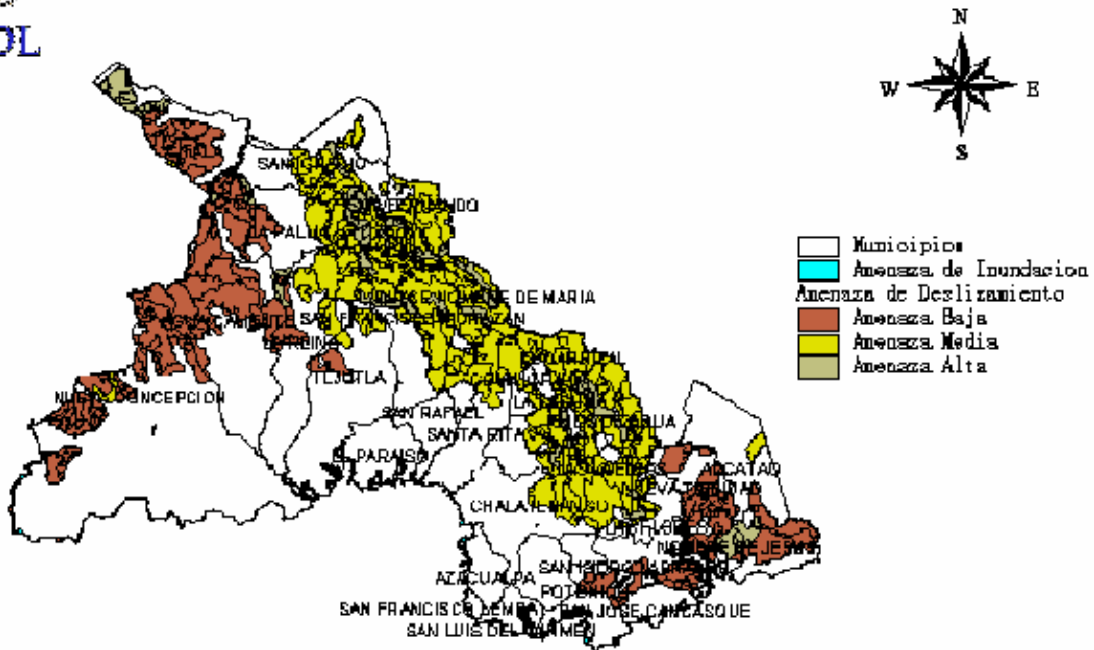
El Salvador es un país que por sus características topográficas, geológicas, demográficas, ambientales y sociales; presenta un alto grado de vulnerabilidad al momento de ser abatido por fenómenos naturales de mediana o gran envergadura.

El país está constantemente amenazado por el paso de tormentas tropicales y huracanes. La Topografía del país también lo hace susceptible a deslizamientos de tierra con el eminente riesgo de ocasionar daños materiales y humanos.

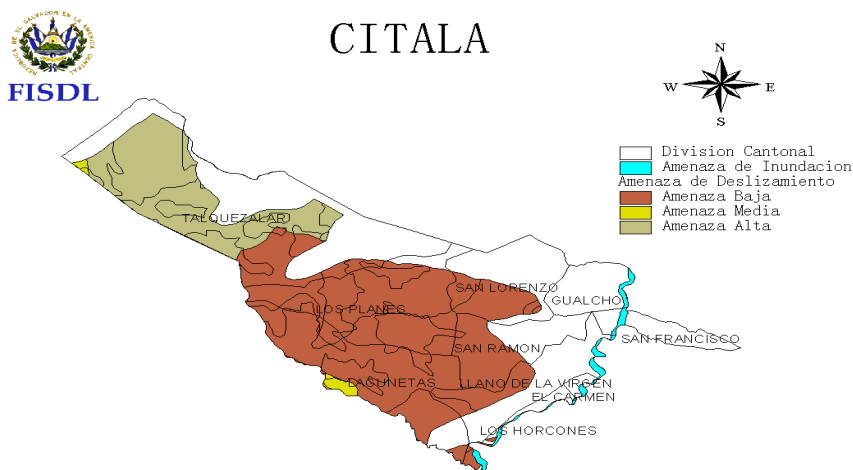
El territorio salvadoreño también es afectado por un fenómeno conocido como la canícula, la cual se caracteriza por periodos de sequía que ocurren dentro de la estación lluviosa, generalmente entre los meses de julio y agosto.

La vulnerabilidad no solamente depende de las características naturales de una zona, sino del potencial de humanos o actividades humanas que pueden ser afectadas por el desastre. Por lo tanto la composición demográfica, el estado económico, educativo y de salud al igual que la ubicación geográfica de las personas son clave para determinar su vulnerabilidad ante un desastre.

El siguiente mapa se realiza identificación preliminar de zonas amenazadas ante inundaciones, deslizamientos y sequías del Departamento de Chalatenango¹⁶,



MUNICIPIOS CON MAYOR RIESGO:

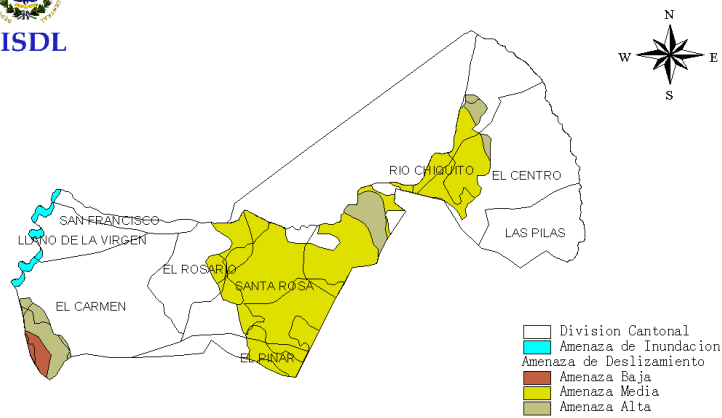


¹⁶ Información obtenida de los mapas digitalizados y manejados por el Sistema de Información Ambiental del Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales de El Salvador (MARN).

MUNICIPIO	CANTON	RIESGO DE DESLIZAMIENTO	RIESGO DE INUNDACION
CITALA	Talquezalar	X	
	Los Planes	X	
	Lagunetas	X	
	San Lorenzo	X	
	San Ramón	X	
	Llano de la Virgen	X	



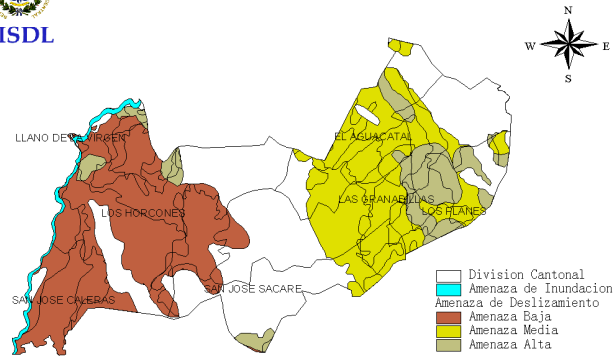
SAN IGNACIO



MUNICIPIO	CANTON	RIESGO DE DESLIZAMIENTO	RIESGO DE INUNDACION
SAN IGNACIO	El Carmen	X	
	El Rosario	X	
	Santa Rosa	X	
	El Pinar	X	
	Río Chiquito	X	
	El Centro	X	



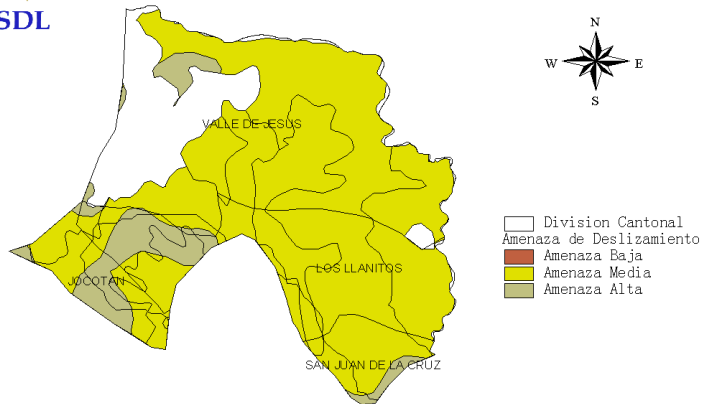
LA PALMA



MUNICIPIO	CANTON	RIESGO DE DESLIZAMIENTO	RIESGO DE INUNDACIÓN
LA PALMA	Todo el municipio	X	



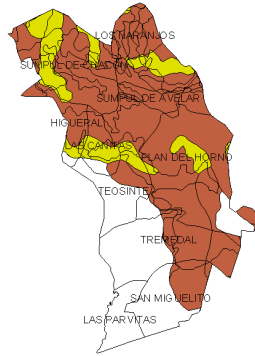
SAN FERNANDO



MUNICIPIO	CANTON	RIESGO DE DESLIZAMIENTO	RIESGO DE INUNDACION
SAN FERNANDO	Todo el municipio	X	



SAN FRANCISCO MORAZAN

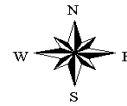
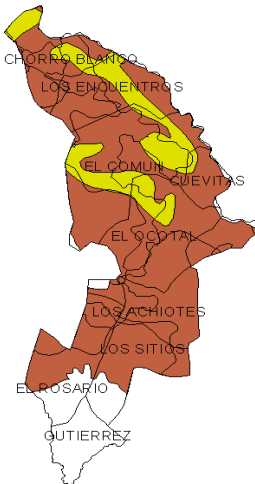


□ Division Cantonal
 ■ Amenaza de Deslizamiento
 ■ Amenaza Media
 ■ Amenaza Alta

MUNICIPIO	CANTON	RIESGO DE DESLIZAMIENTO	RIESGO DE INUNDACION
SAN FRANCISCO MORAZAN	Sumpul de Chacón	X	
	Higueral	X	
	Las Canitas	X	
	Sumpul de Avelar	X	
	Plan del Horno	X	
	Los Naranjos	X	
	Teosinte	X	
	Tremedal	X	
	San Marcelino	X	



DULCE NOMBRE DE MARIA

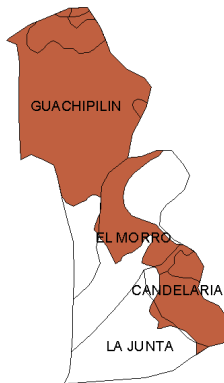


□ Division Cantonal
 ■ Amenaza de Deslizamiento
 ■ Amenaza Media
 ■ Amenaza Alta

MUNICIPIO	CANTON	RIESGO DE DESLIZAMIENTO	RIESGO DE INUNDACION
DULCE NOMBRE DE MARIA	Todo el municipio excepto el Cantón Gutiérrez	X	



COMALAPA

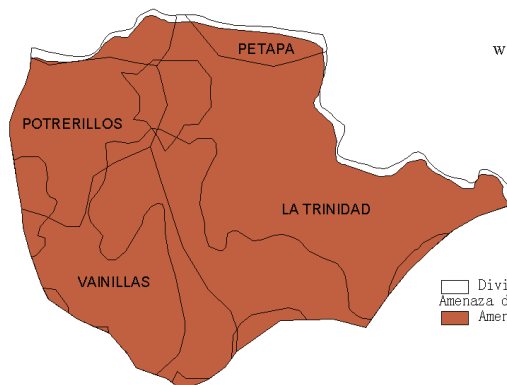


Division Cantonal
 Amenaza de Deslizamiento
 Amenaza Media

MUNICIPIO	CANTON	RIESGO DE DESLIZAMIENTO	RIESGO DE INUNDACION
COMALAPA	Todo el Municipio	X	



EL CARRIZAL

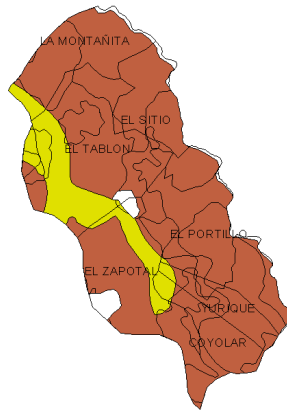


Division Cantonal
 Amenaza de Deslizamiento
 Amenaza Media

MUNICIPIO	CANTON	RIESGO DE DESLIZAMIENTO	RIESGO DE INUNDACION
EL CARRIZAL	Todo el Municipio	X	



OJOS DE AGUA

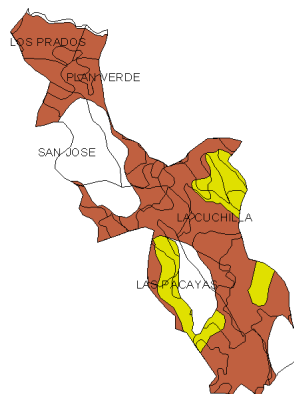


- Division Cantonal
- Amenaza de Deslizamiento
- Amenaza Media
- Amenaza Alta

MUNICIPIO	CANTON	RIESGO DE DESLIZAMIENTO	RIESGO DE INUNDACION
OJOS DE AGUA	Todo el Municipio	X	



LA LAGUNA



- Division Cantonal
- Amenaza de Deslizamiento
- Amenaza Media
- Amenaza Alta

MUNICIPIO	CANTON	RIESGO DE DESLIZAMIENTO	RIESGO DE INUNDACION
LA LAGUNA	Todo el Municipio	X	



LAS VUELTAS

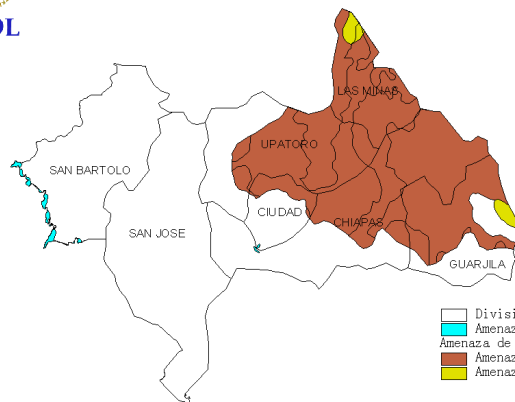


□ Division Cantonal
 ■ Amenaza de Deslizamiento
 ■ Amenaza Media
 ■ Amenaza Alta

MUNICIPIO	CANTON	RIESGO DE DESLIZAMIENTO	RIESGO DE INUNDACION
LAS VUELTAS	Todo el Municipio	X	



CHALATENANGO



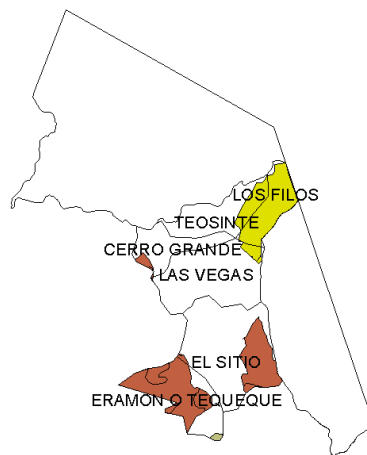
□ Division Cantonal
 ■ Amenaza de Inundaciones
 ■ Amenaza de Deslizamiento
 ■ Amenaza Media
 ■ Amenaza Alta

MUNICIPIO	CANTON	RIESGO DE DESLIZAMIENTO	RIESGO DE INUNDACION
CHALATENANGO	Upatoro	X	
	Las Minas	X	

	Chiapas	X	
	Ciudad	X	
	Guarjila	X	



ARCATAO

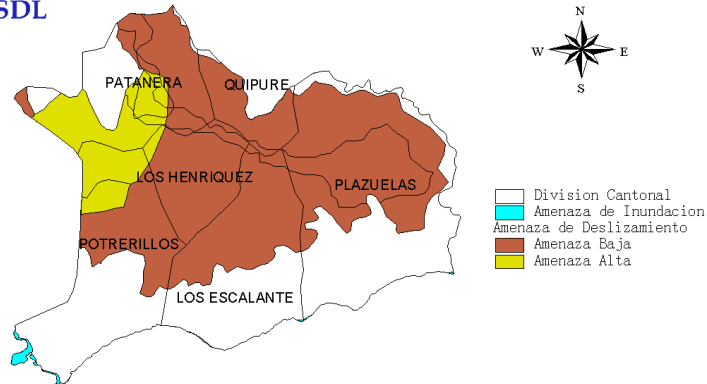


- Division Cantonal
- Amenaza Baja
- Amenaza Media
- Amenaza Alta

MUNICIPIO	CANTON	RIESGO DE DESLIZAMIENTO	RIESGO DE INUNDACION
ARCATAO	Los Filos	X	
	Teosinte	X	
	Cerro Grande	X	
	El Sitio	X	
	Las Vegas	X	



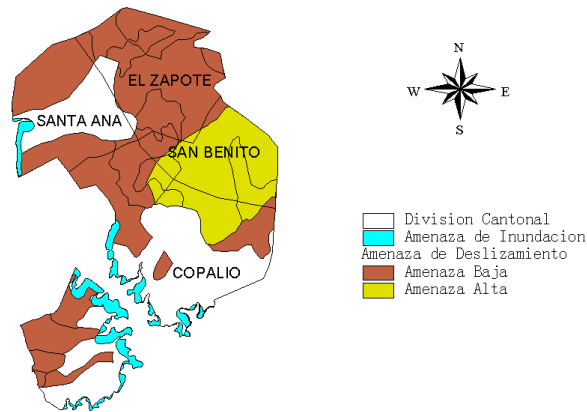
NOMBRE DE JESUS



MUNICIPIO	CANTON	RIESGO DE DESLIZAMIENTO	RIESGO DE INUNDACION
NOMBRE DE JESUS	Todo el Municipio	X	



SAN ANTONIO DE LA CRUZ



MUNICIPIO	CANTON	RIESGO DE DESLIZAMIENTO	RIESGO DE INUNDACION
SAN ANTONIO DE LA CRUZ	Todo el Municipio	X	



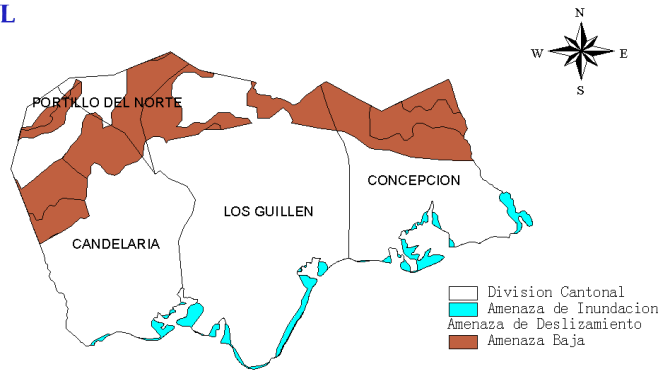
SAN ISIDRO LABRADOR



MUNICIPIO	CANTON	RIESGO DE DESLIZAMIENTO	RIESGO DE INUNDACION
SAN ISIDRO LABRADOR	Todo el Municipio	X	



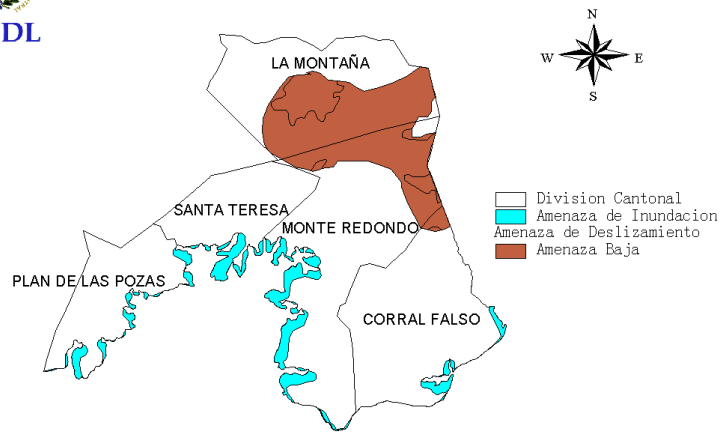
SAN JOSE CANCASQUE



MUNICIPIO	CANTON	RIESGO DE DESLIZAMIENTO	RIESGO DE INUNDACION
SAN JOSE CANCASQUE	Todo el Municipio	X	



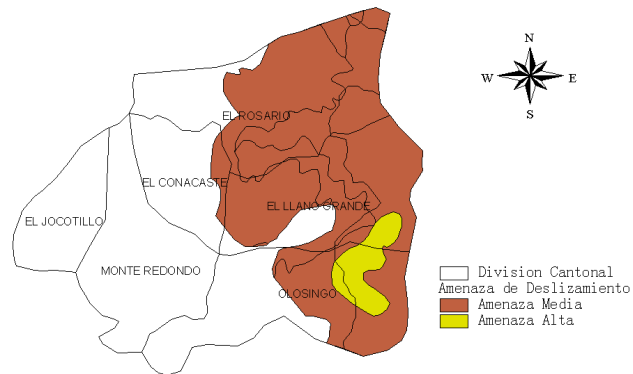
POTONICO



MUNICIPIO	CANTON	RIESGO DE DESLIZAMIENTO	RIESGO DE INUNDACION
POTONICO	Todo el Municipio excepto Plan las Pozas	X	



CONCEPCION QUEZALTEPEQUE



MUNICIPIO	CANTON	RIESGO DE DESLIZAMIENTO	RIESGO DE INUNDACION
CONCEPCION QUEZALTEPEQUE	El Rosario	X	
	El Llano Grande	X	
	El Conacaste	X	
	Olosingo	X	



SANTA RITA

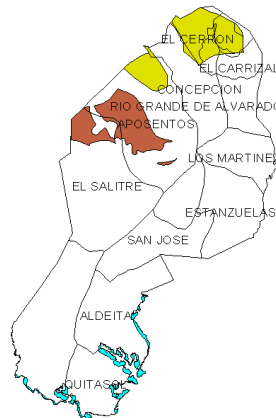


- Division Cantonal
- Amenaza de Inundacion
- Amenaza de Deslizamiento
- Amenaza Media

MUNICIPIO	CANTON	RIESGO DE DESLIZAMIENTO	RIESGO DE INUNDACION
SANTA RITA	Los Barillas	X	



TEJUTLA

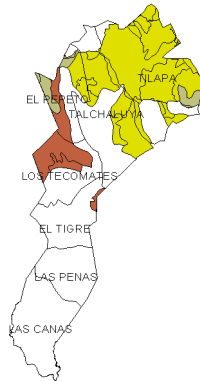


- Division Cantonal
- Amenaza de Inundacion
- Amenaza de Deslizamiento
- Amenaza Baja
- Amenaza Media

MUNICIPIO	CANTON	RIESGO DE DESLIZAMIENTO	RIESGO DE INUNDACION
TEJUTLA	El Salitre	X	
	Aposentos	X	
	El Cerrón	X	
	Río Grande de Cardoza	X	
	El Carrizal	X	



LA REINA



- Division Cantonal
- Amenaza de Deslizamiento
- Amenaza Baja
- Amenaza Media
- Amenaza Alta

MUNICIPIO	CANTON	RIESGO DE DESLIZAMIENTO	RIESGO DE INUNDACIÓN
LA REINA	El Tigre	X	
	Los Tecomates	X	
	El Pepeto	X	
	Talchualuya	X	
	Tilaza	X	



AGUA CALIENTE

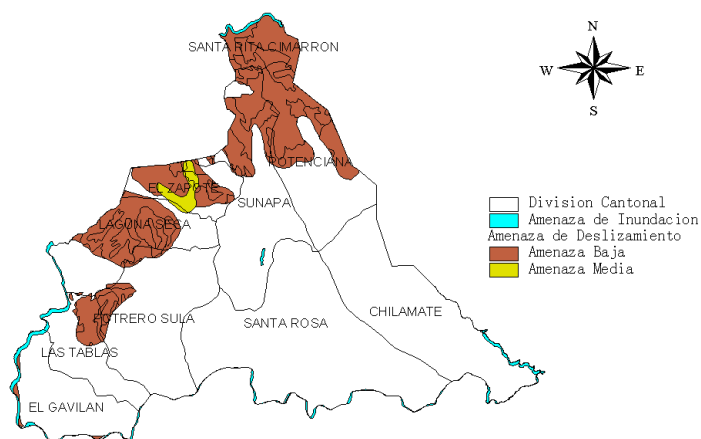


- Division Cantonal
- Amenaza de Inundacion
- Amenaza de Deslizamiento
- Amenaza Baja
- Amenaza Alta

MUNICIPIO	CANTON	RIESGO DE DESLIZAMIENTO	RIESGO DE INUNDACION
AGUA CALIENTE	Agua Fría	X	
	El Encumbrado	X	
	Ojos de Agua	X	
	Cerro Grande	X	



NUEVA CONCEPCION



MUNICIPIO	CANTON	RIESGO DE DESLIZAMIENTO	RIESGO DE INUNDACIÓN
NUEVA CONCEPCIÓN			
	Los Tablones	X	
	Potrero Sula	X	
	Laguna Seca	X	
	El Zapote	X	
	Sunapa	X	X
	Potenciana	X	
	Santa Rita Cimarrón	X	

Como puede observarse las zonas altas del departamento son las que presentan una amenaza media en municipios tales como San Ignacio, San Fernando, Dulce Nombre, Carrizal entre otros, junto con una amenaza Baja en los departamentos de Citalá, Agua Caliente, Nueva Concepción, Nombre de Jesús, y Una Amenaza Alta en departamentos como Citalá, La Palma, San Fernando, etc.

H. SELECCIÓN DE LOS MUNICIPIOS MODELOS.

Una vez establecida la situación actual lo que sigue es proceder a evaluar por municipios los factores esenciales del agroturismo ya antes mencionados según cuadro 2.3. Este trabajo se realizará en dos etapas:

1. Establecimiento de una macro localización. En esta etapa se utilizarán los cuatro factores más importantes determinados a través de las experiencias agroturísticas y se realizará una evaluación por puntos para de esta manera obtener una macro zona.
2. Establecimiento de un micro localización. Una vez determinada la macro zona, se procederá a delimitar aun más el área la cual será objeto de una investigación profunda debido a que esta zona se establecerá el diseño del modelo agroturístico.

1. Establecimiento de la macro localización

Los factores de evaluación son los considerados como los más importantes para promover el agroturismo de acuerdo al criterio del grupo, hacen más favorable el desarrollo del modelo.

a. Descripción de las condiciones del factor en cada municipio.

El cuadro 17 permitirá establecer las condiciones para poder calificar los municipios de acuerdo al grado de satisfacción del criterio y poder determinar las macro zonas con los municipios del departamento.

b. Selección de la escala de valores de criterios.

Una vez descritas las condiciones en cada municipio de acuerdo al criterio, se hace una valoración más favorable presentada en los municipios y de acuerdo a estos se presenta una tabla de puntos para su respectiva calificación.

CUADRO 17 CRITERIOS PARA LA SELECCIÓN DE LAS MACRO ZONAS

CRITERIOS	PESO	JUSTIFICACIÓN
Actividades Agropecuarias	35	Sobre ésta actividad se basa y desarrolla el agroturismo primordialmente complementándose con aspectos de la actividad turística.
Asociaciones Económicas	30	Tienen mayor capacidad inversión que los agricultores y ganaderos individuales, además el beneficio del desarrollo del agroturismo abarca una mayor cantidad de personas
Desarrollo Humano	20	Se escogerán los municipios que tengan menor desarrollo humano, por lo cual en ese orden consideramos éste factor con ésta ponderación.
Sitios Turísticos	15	Aprovechar la afluencia turística con la que los municipios cuentan en la actualidad

c. Calificación de los criterios.

Una vez descritas las condiciones de cada municipio, se hace una valoración calificativa de cada uno de ellos, y de acuerdo a estos se establece un cuadro de puntos para su respectiva calificación.

En el cuadro 18 se atribuye la calificación a cada una de las valoraciones dadas, que serán empleadas en la selección de la macro zona y la micro zona:

CUADRO 18 CALIFICACIÓN DE LOS CRITERIOS

VALORACIÓN	CALIFICACIÓN
Excelente	1.00
Muy Bueno	0.75
Bueno	0.50
Regular	0.25
Malo	0.00

LA VALORACIÓN EXCELENTE: Corresponde al porcentaje o índice mayor que se le da a la hora de comparar las variables en cada uno de los municipios.

LA VALORACION MUY BUENA. Corresponde a los porcentajes y/o índices de aquellos municipios que reúnen unas condiciones bastantes llamativas para el modelo.

LA VALORACION BUENA. Corresponde a los porcentajes y/o índices de los municipios que presentan pocas condiciones que puedan ser tomadas o incluidas para el modelo.

LA VALORACION REGULAR. Corresponde a los porcentajes y/o índices de los municipios que presentan muy pocas atracciones para el modelo.

VALORACION MALA. Corresponde a los porcentajes y/o índices de los municipios que no poseen ninguna atracción para ser tomadas en cuenta en el modelo.

d. Evaluación de los Municipios

A continuación se procederá a evaluar los municipios según los criterios seleccionados según cuadro 18 para el establecimiento de tres macro zonas. En el cuadro 19 se puede observar los resultados de la evaluación por puntos.

CUADRO 19 EVALUACION POR PUNTOS PARA SELECCION DE MACROZONAS DEL MODELO

N°	Criterio	Peso	Municipios													
			Agua Caliente		San Ignacio		La Palma		La Reina		Citalá		Nueva Concep.		Tejutla	
			Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
1	Actividades agropecuarias	35	1.00	35.00	1.00	35.00	1.00	35.00	1.00	35.00	1.00	35.00	1.00	35.00	0.00	0.00
2	Asociaciones económicas	30	0.25	7.50	0.25	7.50	0.25	7.50	0.25	7.50	0.25	7.50	1.00	30.00	0.25	7.50
3	Desarrollo humano	20	1.00	20.00	1.00	20.00	1.00	20.00	1.00	20.00	0.75	15.00	1.00	20.00	0.75	15.00
4	Sitios turísticos	15	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00
	Total	100		77.50		77.50		77.50		77.50		72.50		100.00		37.50

N°	Criterio	Peso	Municipios													
			San Fernando		San Fco. Mora.		Dul. Nom. Ma.		San Rafael		El Paraiso		Sta. Rita		La Laguna	
			Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
1	Actividades agropecuarias	35	1.00	35.00	0.00	0.00	1.00	35.00	1.00	35.00	1.00	35.00	0.00	0.00	1.00	35.00
2	Asociaciones económicas	30	0.25	7.50	0.25	7.50	0.25	7.50	0.25	7.50	0.25	7.50	0.00	0.00	0.00	0.00
3	Desarrollo humano	20	1.00	20.00	1.00	20.00	0.75	15.00	0.75	15.00	0.75	15.00	0.75	15.00	0.75	15.00
4	Sitios turísticos	15	1.00	15.00	0.00	0.00	1.00	15.00	1.00	15.00	0.00	0.00	1.00	15.00	1.00	15.00
	Total	100		77.50		27.50		72.50		72.50		57.50		30.00		65.00

N°	Criterio	Peso	Municipios													
			Comalapa		El Carrizal		Conc. Quezal.		Azacualpa		Sn. Fco. Lem.		Ojos de Agua		Las Vueltas	
			Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
1	Actividades agropecuarias	35	1.00	35.00	1.00	35.00	1.00	35.00	0.00	0.00	1.00	35.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2	Actividades astesanales	30	0.25	7.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
3	Asociaciones economicas	20	0.75	15.00	0.75	15.00	0.75	15.00	0.25	5.00	0.75	15.00	1.00	20.00	1.00	20.00
4	Desarrollo humano	15	0.00	0.00	1.00	15.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	15.00	1.00	15.00	0.00	0.00
	Total	100		57.50		65.00		50.00		5.00		65.00		35.00		20.00

N°	Criterio	Peso	Municipios													
			Chalatenango		Sn Miguel Mer.		Sn Luis del Car.		Los Ranchos		Las Flores		Potonico		Sn. Isid. Labr.	
			Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
1	Actividades agropecuarias	35	1.00	35.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2	Asociaciones economicas	30	0.25	7.50	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
3	Desarrollo humano	20	0.25	5.00	0.75	15.00	0.75	15.00	1.00	20.00	1.00	20.00	1.00	20.00	1.00	20.00
4	Sitios turisticos	15	1.00	15.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	15.00	0.00	0.00	0.00	0.00
	Total	100		62.50		15.00		15.00		20.00		35.00		20.00		20.00

N°	Criterio	Peso	Municipios									
			Cancasque		Arcatao		Nva. Trinidad		Sn Ant. la Cruz		Nomb. de Jesus	
			Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
1	Actividades agropecuarias	35	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2	Asociaciones economicas	30	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	30.00
3	Desarrollo humano	20	1.00	20.00	1.00	20.00	1.00	20.00	1.00	20.00	0.25	5.00
4	Sitios turisticos	15	1.00	15.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	15.00
	Total	100		35.00		20.00		20.00		20.00		50.00

i. Municipios seleccionados de acuerdo a la ponderación

Se procederá al establecimiento de las tres macro zonas, la cual se realizará de la siguiente manera:

1. Se elegirán los municipios que obtuvieron la mejor ponderación (>65-100)
2. Se elegirán los municipios que tuvieron una mediana ponderación.(35-<65)
3. Se elegirán los municipios que tuvieron un baja ponderación (0-<35)

El los cuadro del 20 al 22, se hace el resumen de las macro zonas, de acuerdo a la ponderación obtenida en la evaluación por puntos:

CUADRO 20 MUNICIPIOS CON MEJOR PONDERACIÓN

MUNICIPIOS	PUNTAJE	MUNICIPIOS	PUNTAJE
Nueva Concepción	100	San Rafael	72.50
Agua Caliente	77.50	Dulce Nombre de María	72.50
San Ignacio	77.50	La Laguna	65.00
La Palma	77.50	El Carrizal	65.00
San Fernando	77.50	San Francisco Lempa	65.00
La Reina	77.50	Chalatenango	62.50
Citalá	72.50		

CUADRO 21 MUNICIPIOS CON MEDIANA PONDERACIÓN

MUNICIPIOS	PUNTAJE	MUNICIPIOS	PUNTAJE
El Paraíso	57.50	Tejuela	37.50
Comalapa	57.50	Ojos de Agua	35.00
Nombre de Jesús	50.00	Las Flores	35.00
Concepción Quezaltepeque	50.00	Cancasque	35.00

CUADRO 22 MUNICIPIOS DE BAJA PONDERACIÓN

MUNICIPIOS	PUNTAJE	MUNICIPIOS	PUNTAJE
San Francisco Morazan	27.50	Arcatao	20.00
Santa Rita	30.00	Nueva Trinidad	20.00
Las Vueltas	20.00	San Antonio la Cruz	20.00
Los Ranchos	20.00	San Miguel de Mercedes	15.00
Potonico	20.00	San Luis de Carmen	15.00
San Isidro Labrador	20.00	Azacualpa	5.00

2. Evaluación de los municipios para la selección de la micro zona

Una vez que han seleccionados los municipios que integran las tres macro zonas del departamento se procederá a realizar una segunda evaluación con los criterios que a continuación se detallan:

CUADRO 23 CRITERIOS PARA LA SELECCIÓN DE LA MICRO ZONA

CRITERIOS	PESO	JUSTIFICACIÓN
Actividades artesanales	10	Estas actividades son de importancia ya que poseen un gran potencial turístico.
Vías de acceso	35	Es el factor que consideramos de mayor importancia ya que el hecho de que haya vía de acceso en buen estado motiva a los posibles turistas.
Servicios básicos	15	Sin los cuales no podría haber servicio turístico. Este factor es una exigencia de parte de los turistas.
Recursos naturales	25	Constituyen un factor adicional por el que se interesen ya que además de ofrecer turismo a partir de las actividades agropecuarias se puede disfrutar de la naturaleza.
Riesgos	15	Disminuir la probabilidad de riesgos para los turistas.

CUADRO 24 EVALUACIÓN DE LOS MUNICIPIOS PARA LA MICRO ZONA

N°	Criterio	Peso	Municipios													
			Nueva Concep.		Agua Caliente		San Ignacio		La Palma		La Reina		San Fernando		Citalá	
			Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
1	Actividades artesanales	10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	10.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
2	Vías de acceso	35	1.00	35.00	0.50	17.50	1.00	35.00	1.00	35.00	0.50	17.50	0.50	17.50	1.00	35.00
3	Servicios básicos	15	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00
4	Recursos naturales	25	1.00	25.00	0.25	6.25	1.00	25.00	1.00	25.00	0.25	6.25	1.00	25.00	1.00	25.00
5	Riesgos	15	0.75	11.25	1.00	15.00	0.75	11.25	0.75	11.25	0.70	10.50	0.25	3.75	0.25	3.75
	Total	100		86.25		53.75		86.25		96.25		49.25		61.25		78.75

N°	Criterio	Peso	Municipios											
			San Rafael		Dulc. Nom Ma.		La Laguna		El Carrizal		Sn. Fco. Lem.		Chalatenango	
			Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
1	Actividades artesanales	10	1.00	10.00	0.00	0.00	1.00	10.00	0.00	0.00	1.00	10.00	0.00	0.00
2	Vías de acceso	35	0.50	17.50	1.00	35.00	0.50	17.50	1.00	35.00	0.50	17.50	1.00	35.00
3	Servicios básicos	15	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00
4	Recursos naturales	25	0.25	6.25	1.00	25.00	1.00	25.00	0.75	18.75	1.00	25.00	0.25	6.25
5	Riesgos	15	1.00	15.00	0.25	3.75	0.25	3.75	0.25	3.75	1.00	15.00	0.75	11.25
	Total	100		63.75		78.75		71.25		72.50		82.50		67.50

N°	Criterio	Peso	Municipios													
			Tejutla		Nom. Jesús		El paraiso		Comalapa		Con. Que.		Ojos de Agua		Cancaque	
			Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
1	Actividades artesanales	10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	10.00	1.00	10.00	1.00	10.00	1.00	10.00
2	Vias de acceso	35	1.00	35.00	0.25	8.75	0.50	17.50	0.50	17.50	0.25	8.75	1.00	35.00	0.25	8.75
3	Servicios basicos	15	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00
4	Recursos narurales	25	0.50	12.50	1.00	25.00	1.00	25.00	0.50	12.50	0.50	12.50	1.00	25.00	0.50	12.50
5	Riesgos	15	0.75	11.25	0.25	3.75	1.00	15.00	0.75	11.25	0.75	11.25	0.25	3.75	0.75	11.25
	Total	100		73.75		52.50		72.50		66.25		57.50		88.75		57.50

N°	Criterio	Peso	Municipios	
			Las Flores	
			Calif.	Pond.
1	Actividades artesanales	10	0.00	0.00
2	Vias de acceso	35	1.00	35.00
3	Servicios basicos	15	1.00	15.00
4	Recursos narurales	25	0.50	12.50
5	Riesgos	15	0.75	11.25
	Total	100		73.75

N°	Criterio	Peso	Municipios															
			Asignado	Sn. Fco. Mora		Sta. Rita		Azacualpa		Las Vueltas		Sn. Mig. Merce		San Luis Carm		Los Ranchos		
				Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	
1	Actividades artesanales	10	1.00	10.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	1.00	10.00	0.00	0.00	
2	Vías de acceso	35	0.25	8.75	0.25	8.75	0.25	8.75	0.25	8.75	0.25	8.75	0.25	8.75	1.00	35.00		
3	Servicios basicos	15	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00		
4	Recursos naturales	25	0.50	12.50	0.50	12.50	0.25	6.25	0.25	6.25	0.25	6.25	0.25	6.25	0.25	6.25		
5	Riesgos	15	0.75	11.25	0.75	11.25	0.75	11.25	0.25	3.75	0.75	11.25	0.75	11.25	0.75	11.25		
	Total	100		57.50		47.50		41.25		33.75		41.25		51.25		67.50		

N°	Criterio	Peso	Municipios										
			Asignado	Potonico		Sn. Isid. Labra		Arcatao		Nva. Trinidad		Sn. Ant. Cruz	
				Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
1	Actividades artesanales	10	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
2	Vías de acceso	35	0.25	8.75	0.25	8.75	1.00	35.00	0.25	8.75	0.25	8.75	
3	Servicios basicos	15	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	1.00	15.00	
4	Recursos naturales	25	1.00	25.00	0.25	6.25	0.25	6.25	0.50	12.50	0.25	6.25	
5	Riesgos	15	0.25	3.75	0.75	11.25	0.75	11.25	0.75	11.25	0.75	11.25	
	Total	100		52.50		41.25		67.50		47.50		41.25	

i. Municipios seleccionados para el diseño del modelo

Después de haber evaluado los 33 municipios con cada uno de los criterios, se estableció que los municipios modelos serán aquellos que tengan características medias para hacer un balance entre las mejores condiciones y las peores condiciones, por lo que se obtuvieron los siguientes resultados. Promediando el municipio de cada una de las categorías establecidas de la siguiente manera:

$$\text{Municipios Modelos} = \frac{\sum \text{delasponderaciones}}{\text{No.deMunicipios}}$$

Al evaluar la formula por cada categoría establecida se tiene los siguientes municipios que constituyen el modelo:

El Carrizal: Municipio medio que cumple las mejores condiciones para el diseño del modelo.

Comalapa: Municipio medio que cumple con condiciones intermedias para el diseño del modelo.

San Luis del Carmen: Municipio medio que cumple con las condiciones mínimas para el diseño del modelo.

I. CARACTERISTICAS DE LOS MUNICIPIOS MODELOS

1. Municipio de Comalapa

a. Ubicación geográfica

Municipio del distrito de Dulce Nombre de María, depto. de Chalatenango. Está limitado por los siguientes municipios: al N. por Dulce Nombre de María; al E. por La Laguna; al S. por Concepción Quezaltepeque; al O. por Santa Rita y Dulce Nombre de María. Se encuentra ubicado entre las coordenadas geográficas siguientes: 14°11'35" LN.(extremo septentrional) y 14°06'49" LN.(extremo meridional); 88°56'40" LOG.(extremo oriental) y 88°59'30" LOG.(extremo occidental).

COMALAPA



b. División Político - Administrativa

Para su administración, el municipio se divide en 4 cantones y 20 caseríos.

CANTONES

CASERÍOS

Candelaria

Candelaria
La Cuchilla
El Pilón

El Morro

El Morro
La Pedrera
Los Carbajal
El Barrio
El Tabanco
El Roble
Guevarita
El Tablón

Guachipilín

Guachipilín
El Pepetón
Tierra Colorada
Cuatro Pinos

La Junta

La Junta
Chorosco
Los Achotillos
Los Barillas
Los Irayoles

c. Gobierno Local

El gobierno local lo ejerce un concejo municipal integrado por un alcalde, un síndico y varios regidores.

d. Aspecto Físico

Hidrografía

Riegan el municipio los ríos: Azambio y Pacayas; las qdas.: La Montaña o El Playón, Los Guerra, El Obrejón, El Achotal, Los González, El Chupadero, Junquillo o Iguana y Gualcamera.

Río principal

Azambio. Nace fuera del municipio, con el nombre de zanjón Las Cuevas, a 6.7 kms. al NO. del pueblo de Comalapa; corre en dirección de N. a S. y sus afluentes son las qdas.: Los Guerra, El Achotal, La Montaña o El Playón, Los González, Gualcamera y el Río Pacayas. Long. de su recorrido dentro del municipio es de 10 kms.

e. Orografía

Los rasgos orográficos más notables en el municipio son los cerros: El Cerrón, El Aguacate, El Cute, Casampulga, Volcancillo, Hornitos, El Pílon, Cuatro Pinos, La Angostura y la Loma La Cuchilla.

f. Cerros principales

El cerrón. Está situado a 5.2 kms. al NO. del pueblo de Comalapa; su cima sirve de mojón al límite municipal con Dulce Nombre de María. Elev. 918 m SNM.

Casampulga. Está situado a 4.5 kms. al NO. del pueblo de Comalapa; su cima sirve de mojón al límite municipal que divide a Comalapa y Dulce Nombre de María. Elev. 878.25 m SNM.

Volcancillo. Está situado a 2.5 kms. al O. del pueblo de Comalapa; su cima sirve de mojón al límite que divide a este municipio con los de Santa Rita y Dulce Nombre de María. Elev. 647.28 m SNM.

g. Clima

El clima es fresco en el lado N. del municipio y caluroso en el resto de él; pertenece a los tipos de tierra caliente y tierra templada. El monto pluvial anual oscila entre 1,900 y 2,255 mm.

h. Vegetación

La flora constituye bosque húmedo subtropical. Las especies arbóreas más notables son: papaturro, conacaste, volador, palo blanco, morro, pino de ocote, nance, chaparro y otros.

i. rocas

Predominan los tipos de: Riolitas andesíticas y materiales piroclásticos.

j. Suelos

Los tipos de suelo que se encuentran en el municipio son: Latosoles Arcillo Rojizos, Litosoles y Alfisoles (fase pedregosa superficial, de ondulada a montañosa muy accidentada).

k. Dimensiones

AREA RURAL : 27.72 kms² aproximadamente.

AREA URBANA : 0.50 kms² aproximadamente.

l. Población

De acuerdo con los censos oficiales, la población del municipio de Comalapa en el año 2002 es la siguiente:

NOMBRE DEL MUNICIPIO	GRUPOS DE EDAD								MUJER EN EDAD FÉRTIL			
	TOTAL	< 1 año	1-4 años	5-9 años	10-14 años	15-19 años	20-59 años	60 y más	TOTAL	10-14 años	15-19 años	20-49 años
COMALAPA	4,442	119	506	637	580	500	1,794	306	1,252	279	238	735

m. Producción agropecuaria

Los productos agrícolas de mayor cultivo son: granos básicos, café, plantas hortenses y frutícolas.

Hay crianza de ganado: vacuno, porcino, caballo y mular. Crianza de aves de corral.

m. Industria Y Comercio

En este municipio se elaboran artículos de henequén; en el comercio local existen tiendas y otros. Su comercialización la realiza con las cabeceras municipales de La Laguna, Concepción Quezaltepeque, El Carrizal y la cabecera departamental de Chalatenango.

n. Vías de comunicación

El pueblo de Comalapa se une por carretera mejorada, hacia el N. con el pueblo de La Laguna y hacia el S. con la Ciudad de Concepción Quezaltepeque. Cantones y caseríos se enlazan por caminos vecinales a la cabecera municipal.

o. Datos Relativos A La Cabecera Municipal

La cabecera de este municipio es el pueblo de Comalapa, situado a 490 m SNM. y a 11 kms. al N. de la ciudad de Chalatenango. Sus coordenadas geográficas centrales son: 14°08'20" LN. y 88°57'25" LOG.; las fiestas patronales las celebran el 12 de enero en honor a San Francisco de Asís; sus calles son de tierra y empedradas, siendo las más importantes: Las avenidas Dr. Morán, San Francisco y Calle El Calvario. El pueblo se divide en los barrios: Las Delicias, Las Flores y La Cruz; los servicios públicos con los que cuenta el pueblo son: Agua potable, alumbrado eléctrico, telecomunicaciones, correo, centros escolares, casa comunal, juzgado de paz y transporte colectivo.

p. Toponimia

Comalapa (Náhuatl) proviene de las voces: comal, cumal que significa el nombre de una roca volcánica o laja y también una oblea de barro cocido; apa: río. "Río de las Lajas", "Río de los Comales" (J.L.L).

q. Evolución Administrativa

Conforme a las leyes y ordenanzas de indios, se elevó esta aldea a la categoría de pueblo, poco antes de la proclamación de la independencia nacional.

Comalapa perteneció al depto. de San Salvador, desde el 12 de junio de 1824 hasta el 22 de mayo de 1835, el 14 de febrero de 1855 perteneció al depto. de Cuscatlán y a partir de esta última fecha al depto. de Chalatenango.

Desde su fundación hasta el 15 de julio de 1919 perteneció al distrito de Chalatenango y desde entonces al nuevo distrito de Dulce Nombre de María. Por ley de 12 de marzo de 1947 este municipio perdió a favor de Dulce Nombre de María el cantón El Morro.

2. Municipio de El Carrizal

a. Ubicación Geográfica

Municipio del distrito y depto. de Chalatenango. Está limitado por los siguientes municipios: al N. por la República de Honduras; al E. por Ojos de Agua; al S. y O. por La Laguna. Se encuentra ubicado entre las coordenadas geográficas siguientes: 14°12'25" LN. (extremo septentrional) y 14°08'26" LN. (extremo meridional); 88°52'38" LOG. (extremo oriental) y 88°56'06" LOG. (extremo occidental).



b. División político - administrativa

Para su administración, el municipio se divide en 4 cantones y 22 caseríos.

CANTONES

Trinidad

CASERÍOS

Trinidad
Aldea Vieja
Santa Cruz
Callejones
Sitio Las Cañas
Sitio Vado Las Cañas
Sitio Viejo

Petapa

Petapa
Petapita
Sitio Vado Olosingo
La Junta
Valle Los Santos
La Quesera

Potreriillos

Potreriillos

Los Planes
Teosinte
San Cristóbal o El Teosinte
Crujillitas
El Limón

Vainillas

Vainillas
El Limo
El Pucuyo

c. Gobierno local

El gobierno local lo ejerce un concejo municipal integrado por un alcalde, un síndico y varios regidores.

d. Aspecto físico

Hidrografía

Riegan el municipio el río Sumpul y las qdas.: Grande, El Encuentro, El Chupadero, Potreríos o Los Planes, Honda o Queseros, El Limo o El Vainilla, El Zapote, Crujilas, Mano de León o Chichipate, La Mica y El Chacho.

Río Principal

Sumpul. Penetra en el municipio en el lugar donde recibe las aguas de la qda. Santa Ana o San José, a 5 kms. al NO. del pueblo El Carrizal. Corre en dirección de NO. a SE. sirviendo de límite internacional entre las Repúblicas de Honduras y El Salvador. Su recorrido en este municipio tiene una long. de 8 kms.

Orografía

Los rasgos orográficos más notables del municipio son los cerros: Plan de Los Nances, El Cerrón, Tepecinte, El Volcancillo y la loma El Cebollal.

e. Cerros Principales

El cerrón. Está situado a 3.3 kms. al O. del pueblo de El Carrizal. Elev. 850 m SNM.

Tepesinte. Está situado a 3.4 kms. al SO. del pueblo de El Carrizal. Elev. 1,292 m SNM.

Volcancillo. Está situado a 4.6 kms. al S. del pueblo El Carrizal. Sirve de punto trifinio al límite que divide a los municipios de Ojos de Agua, Concepción Quezaltepeque y La Laguna. Elev. 1,643.48 m SNM.

f. Clima

El clima es fresco y agradable, pertenece al tipo de tierra caliente y tierra templada. El monto pluvial anual oscila entre 2,100 y 2,250 mm.

g. Vegetación

La flora está constituida por bosque húmedo subtropical, fresco. Las especies arbóreas más notables son: roble, chaparro, nance, volador, conacaste, pepeto y madrecacao.

h. Rocas

Los tipos de roca que se encuentran dentro del municipio son: lavas andesíticas y basálticas; materiales piroclásticos, sedimentos volcánicos detríticos con materiales piroclásticos y corrientes de lava intercalados.

i. Suelos

La clase de suelo que predomina en el municipio son: Latosoles Arcillo Rojizos y Litosoles Alfisoles (fase pedregosa superficial, de ondulada a montañosa muy accidentada).

j. Dimensiones

AREA RURAL : 25.25 kms² aproximadamente.

AREA URBANA : 0.07 kms² aproximadamente.

k. Población

De acuerdo con los censos oficiales, la población del municipio de El Carrizal en el año 2002 es la siguiente:

NOMBRE DEL MUNICIPIO	GRUPOS DE EDAD								MUJER EN EDAD FÉRTIL			
	TOTAL	< 1 año	1-4 años	5-9 años	10-14 años	15-19 años	20-59 años	60 y más	TOTAL	10-14 años	15-19 años	20-49 años
EL CARRIZAL	3,015	88	353	430	395	333	1,220	196	863	201	159	503

l. Producción agropecuaria

Los productos agrícolas de mayor cultivo son: granos básicos, caña de azúcar, frutas cítricas, pastos y plantas hortenses. Existe la crianza de ganado vacuno, porcino y aves de corral.

m. Industria y comercio

Este municipio carece de industria y su actividad económica esta dedicada a la agricultura y comercialización de sus cosechas; sobre todo con los municipios de La Laguna y Comalapa. En el comercio local existen tiendas y expendios únicamente.

n. Vías de comunicación

El pueblo de El Carrizal se comunica por carretera pavimentada con las cabeceras municipales de La Laguna y Comalapa. Cantones y caseríos se enlazan por caminos vecinales a la cabecera municipal.

o. Datos relativos a la cabecera municipal

La cabecera del municipio es el pueblo de El Carrizal, situado a 650 m SNM. y 16.1 kms. al N. de la ciudad de Chalatenango. Sus coordenadas geográficas centrales son: 14°10'47" LN. y 88°53'34" LOG. Sus calles son empedradas y de tierra, siendo las más importantes: 1ª. Calle Oriente y Poniente y 1ª. Av. Sur y Norte. El pueblo se divide en los barrios: El Centro y Las Delicias. Las fiestas patronales las celebran el 7 y 8 de diciembre en honor a la Virgen de Concepción. Los servicios públicos con que cuenta el pueblo son: policía nacional, juzgado de paz, casa comunal, correo, puesto de salud, centros escolares, instituto nacional, telecomunicaciones, alumbrado eléctrico, agua potable y servicio de transporte colectivo.

p. Toponimia

Petapa (Náhuat) “Lugar de Esteras”. Proviene de las voces: peta, petat: petate o estera de tule; pa: en, sobre, lugar (J.L.L).

Tepesinte (Náhuat) “Maíz Montés” o “Maíz Silvestre”. Proviene de las voces: tepe; tepec; silvestre, montés; sinte, sinti: maíz (J.L.L).

Sumpul (Potón) “Frente al Árbol”. Proviene de las voces: sun: árbol; pul: frente (J.L.L).

q. Evolución administrativa

Según el corregidor intendente don Antonio Gutiérrez y Ulloa, El Carrizal, era en 1807 una próspera aldea de ladinos en el partido de Chalatenango y en el camino real de Gracias a Dios. “Comprende sus tierras - dice textualmente - nueve caballerías útiles para el añil, maíces y semillas”. Conforme a las Leyes y Ordenanzas de Indias, esta aldea se erigió en pueblo poco antes de la independencia nacional. Según la Ley de 18 de febrero de 1841 el pueblo de El Carrizal, con las aldeas de Vainilla y Petapa, constituye uno de los cantones electorales en que se dividió El Salvador. De 1824 (12 de junio) a 1835 (22 de mayo), perteneció este pueblo al depto. de San Salvador. De 1835 (22 de mayo), a 1855 (14 de febrero), fue municipio del depto. de Cuscatlán. A partir de esta última fecha ha formado parte del depto. de Chalatenango.

3. Municipio De San Luis Del Carmen

a. Ubicación geográfica

Municipio del distrito y depto. de Chalatenango. Está limitado por los siguientes municipios: al N. por San Miguel de Mercedes, Chalatenango y Azacualpa; al E. por Potonico; al S. el embalse del Cerrón Grande y al O. por San Francisco Lempa y Azacualpa. Se encuentra ubicado entre las coordenadas geográficas siguientes: 13°59'20" LN. (extremo septentrional) y 13°56'35" LN. (extremo meridional); 88°56'18" LOG. (extremo oriental) y 89°00'00" LOG. (extremo occidental).

b. División político - administrativa

Para su administración, el municipio se divide en 5 cantones y 10 caseríos.

CANTONES	CASERÍOS
El Pital	El Pital El Chagüite
El Sitio	El Sitio La Laguna
Los Naranjos	Los Naranjos El Jocotal
San Juan	San Juan Los Guardado
Santa Cruz	Santa Cruz El Zapote

c. Gobierno Local

El gobierno local lo ejerce un concejo municipal integrado por un alcalde, un síndico y varios regidores.

d. Aspecto físico

Hidrografía

Riegan el municipio los ríos: Lempa y Altina; las qdas.: El Zapote, Las Pilonas, Las Pilas, Agua Zarca, El Macho, Las Tabernas y La Petaquilla.

Orografía

Los rasgos orográficos más notables en el municipio son los cerros: Ranca, Bárbara, El Jícaro, La Gila, Las Mesas, Bonetío y El Zope.

e. Cerros principales

El jícaro. Está situado a 3.7 kms. al E. del pueblo de San Luis del Carmen. Elev. 530 m SNM.

Las mesas. Está situado a 1.1 kms. al E. del pueblo de San Luis del Carmen. Elev. 447 m SNM.

El bonetio. Está situado a 2.8 kms. al NE. del pueblo de San Luis del Carmen. Elev. 446 m SNM.

Ranca barbara. Está situado a 2.9 kms. al E. del pueblo de San Luis del Carmen. Elev. 410 m SNM.

f. Clima

Su clima es cálido y pertenece al tipo de tierra caliente. El monto pluvial anual oscila entre 1,600 y 1,800 mm.

g. Vegetación

La flora está constituida por bosque húmedo subtropical. Las especies arbóreas más notables son: papaturro, volador, conacaste, morro, pepeto, madrecaao y nance.

h. Rocas

Los tipos de roca que se encuentran son: riolitas andesíticas y aluviones con intercalaciones de materiales piroclásticos.

i. Suelos

Los diferentes tipos de suelo que existen en el municipio son: Latosoles Arcillo Rojizos, Litosoles y Alfisoles (fase pedregosa superficial de ondulada a montañosa muy accidentada).

j. Dimensiones

Las dimensiones de este municipio antes de ser afectado por el embalse de la presa Cerrón Grande era para el área urbana 0.09 kms^2 y para el área rural 21.22 kms^2 . El área actual es:

AREA RURAL : 14.71 kms^2 aproximadamente.

AREA URBANA : 0.09 km^2 aproximadamente.

k. Población

De acuerdo con los censos oficiales, la población del municipio de San Luis del Carmen en el año 2002 es la siguiente:

NOMBRE DEL MUNICIPIO	GRUPOS DE EDAD								MUJER EN EDAD FÉRTIL			
	TOTAL	< 1 año	1-4 años	5-9 años	10-14 años	15-19 años	20-59 años	60 y más	TOTAL	10-14 años	15-19 años	20-49 años
SAN LUIS DEL CARMEN	2,113	20	119	295	277	228	870	304	602	130	108	364

l. Producción agropecuaria

Los productos agrícolas de mayor cultivo son: café, granos básicos y pastos. Además la crianza de ganado vacuno y porcino; lo mismo que de aves de corral.

m. Industria y comercio

Entre las industrias más importantes con que cuenta el municipio son: cerealistas, alfarería y frutícola. En el comercio local existen pequeños negocios y su comercialización la realiza con las cabeceras municipales vecinas.

n. Vías de comunicación

El pueblo de San Luis del Carmen se comunica por carretera de tierra con las poblaciones de San Francisco Lempa, Azacualpa y Chalatenango; caminos vecinales enlazan cantones y caseríos a la cabecera municipal.

o. Datos relativos a la cabecera municipal

La cabecera del municipio es el pueblo de San Luis del Carmen, situado a 320 m SNM. Sus coordenadas geográficas centrales son: 13°57'28" y 88°58'20". El pueblo se divide en los barrios: El Centro, El Calvario, San Antonio y Las Flores. Las fiestas patronales son celebradas en honor a San Luis el 24 de agosto y la Virgen del Carmen, el 16 de julio. Los servicios públicos con que cuenta el municipio son: agua potable, alumbrado eléctrico, telecomunicaciones, correo, servicio de transporte colectivo, centro escolar, kindergarten y centro de salud.

p. Toponimia

Chagüite (Náhuat). Shahuit “Terreno Húmedo, Barrizal” (P.G.R).

Altina (Náhuat). “Al Otro Lado del Baño” proviene de las voces: altia, maltia: bañar, baño; na: apócope de mal (J.L.L).

q. Evolución administrativa

San Luis del Carmen apuntan varias versiones tradicionales que la aldea de ese pueblo se fundó en tierras de la hacienda del mismo nombre, por el año de 1760. En 1807, según el corregidor intendente don Antonio Gutiérrez y Ulloa, San Luis era “aldea de ladinos”. La aldea de San Luis perteneció al depto. de San Salvador, de 1829 (12 de junio) a 1835 (22 de mayo) y al depto. de Cuscatlán, de 1835 (22 de mayo) a 1855 (14 de febrero). En esta última fecha entró a formar parte del depto. de Chalatenango y ya se le menciona con el nombre de San Luis del Carmen, aunque preferentemente sólo se le nombra San Luis.

J. RECOPIACION DE LA INFORMACION PRIMARIA EN LOS MUNICIPIOS MODELOS

1. Tipo de muestreo

a. Personas con actividad económica

El tipo de muestreo utilizado es el Muestreo Aleatorio Simple no Estratificado, debido a que todos los elementos de la muestra tienen igual posibilidad de ser seleccionados, y además se cuenta con una población definida como finita, donde la probabilidad de éxito de la ocurrencia de un evento y la probabilidad de rechazo $(1-p)$, tiene que ser igual.

b. Asociaciones

Para este caso, no se realiza muestreo ya que el universo de asociaciones encontradas en los municipios seleccionados (El Carrizal, Comalapa, San Luis del Carmen) es demasiado pequeño, por lo cual se optará por encuestar el 100% de las dichas asociaciones.

2. Determinación del universo de asociaciones

a. Negocios individuales

El universo esta constituido por todas las personas que desempeñen actividades con algún potencial turístico, dentro de los cuales podemos mencionar: agricultores, ganaderos, artesanos, etc.

Los datos para la determinación del universo fueron obtenidos a partir de estimados generados por la Alcaldía Municipal de Comalapa, además se realizaron consultas a la Unidad de Salud de dicho municipio ya que esta entidad ha realizado encuestas recientemente. De lo anterior tenemos que el tamaño del universo es de 1709 familias.

3. Determinación del tamaño de la muestra

El universo de todas los negocios familiares que pueden formar parte del modelo agroturístico es demasiado grande para poder realizar una encuesta a todos por lo que optamos por realizar un muestreo.

Para determinar el tamaño de la muestra se utiliza la ecuación de muestreo aleatorio simple poblaciones finitas:

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

Donde:

- n: Numero de familias a encuestar (muestra)
- Z: Valor critico correspondiente al coeficiente de confianza de la investigación.
- p: Probabilidad de éxito de la ocurrencia de un evento.
- q: Probabilidad de rechazo (1-p)
- E: Error muestral determinado según criterio del investigador.
- N: Numero de familias que hay en el municipio.

Sustituyendo en la formula los siguientes valores, se tiene:

Z: 1.645 para un nivel de confianza del 90%, calculado a partir de tablas de área bajo la curva normal.

p: 0.5, para que se de la probabilidad de ser entrevistado

q: 0.5, para que se de la probabilidad de no ser entrevistado

E: 10%, por criterio de los evaluadores se permitirá este valor de error muestral

N: 1709

$$n = \frac{(1.645)^2(0.5)(0.5)}{(1709-1)(0.1)^2 + (1.645)^2(0.5)(0.5)}$$

$n = 39.58 \approx 40$

Las encuestas serán distribuidas de la siguiente manera:

MUNICIPIO	No. DE ENCUESTAS
CARRIZAL	14
COMALAPA	21
SAN LUIS DEL CARMEN	5
TOTAL	40

Para el caso de las encuestas ha asociaciones, se realizarán 4 encuestas correspondiente al número de asociaciones encontradas en los municipios modelos.

4. Diseño de Instrumento de recolección de información primaria

Cuestionario dirigido a todas las familias agriculturas, ganaderos, artesanos, etc., así como también estará dirigido a las asociaciones; están estructurados según los objetivos de la etapa con lo cual se pretende identificar las condiciones bajo las cuales se puede desarrollar el diseño del modelo.

Los cuestionarios dirigidos ha asociaciones y personas individuales se ha diseño con preguntas cerradas y abiertas dependiendo de la necesidad de información y la naturaleza de esta. El diseño de estas se puede apreciar en el ANEXO 4

5. Tabulación y análisis de las encuestas

Una vez recolectada la información a través del instrumento, se procede a analizarla tabulando y graficando cada una de las preguntas y obteniendo la interpretación pertinente según los resultados obtenidos, dicho análisis se presenta en el ANEXO 5

K. DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL EN LOS MUNICIPIOS MODELOS

1. Causas que provocan que no se aproveche las actividades económicas con potencial turístico a través del diagrama de ISHIKAWA

Un diagrama de ISHIKAWA es la representación de varios elementos (causas) de un sistema que pueden contribuir a un problema efecto, aunque en este caso podemos hablar de una oportunidad no aprovechada.

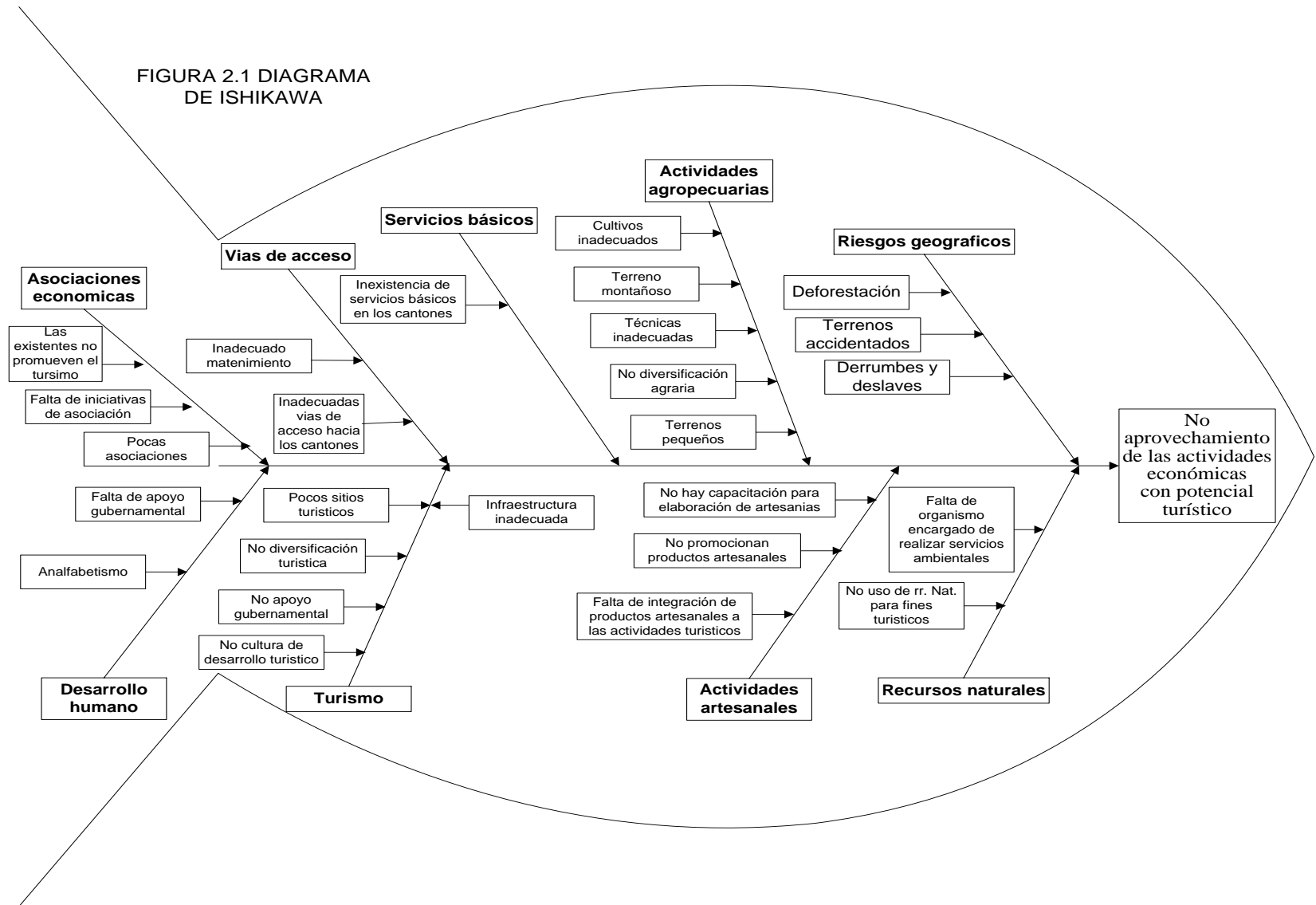
Utilizaremos este diagrama ya que necesitamos identificar causas del porque en el departamento no sean explotados las actividades económicas que tienen potencial turístico. Para la construcción de este se siguieron los siguientes pasos: Se identifico el problema principal y del que se quiere conocer sus causas y Se sub dividió en categorías principales que son las siguientes:

- a. Riesgos geográficos
- b. Recursos Naturales
- c. Actividades Agropecuarias
- d. Actividades Artesanales
- e. Servicios básicos
- f. Turismo
- g. Vías de Acceso
- h. Desarrollo humano
- i. Asociaciones económicas

Una vez se conocen las categorías principales que causan el problema, se procede a encontrar causas que originan esta categoría principal del problema.

Gráficamente el diagrama de ISHIKAWA queda de la siguiente manera.

FIGURA 2.1 DIAGRAMA DE ISHIKAWA



2. ANALISIS FLOA DE LOS PROBLEMAS

Este apartado utilizaremos el análisis FLOA para analizar las causas internas y externas al problema principal determinado mediante el diagrama de ISHIKAWA que se presento anteriormente.

a. Análisis FLOA

El análisis FLOA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de los municipios modelos, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello realizar la conceptualización del modelo de sistema.

El termino FLOA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Limitaciones, Oportunidades y Amenazas

De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como limitaciones son internas, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

Fortalezas: Son las capacidades especiales con que cuentan lo municipios modelos, y por los que cuenta con una posición privilegiada frente al desarrollo positivo del modelo. Recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

Oportunidades: son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúan los municipios modelos, y que permiten obtener ventajas competitivas.

Limitaciones: son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente al desarrollo del modelo. Son recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

Amenazas: son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra el desarrollo de modelo de sistema agroturístico.

CUADRO 25 MATRIZ FLOA

<p align="center">FACTORES INTERNOS</p> <p align="center">FACTORES EXTERNOS</p>	<p align="center">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Recursos naturales no explotados ◆ Vías de comunicación en buen estado ◆ Variedad de cultivos ◆ Actividades artesanales ◆ Crianza de animales ◆ Capacidad de inversión 	<p align="center">LIMITACIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Pocas asociaciones en los municipios modelos. ◆ Apoyo de instituciones gubernamentales y no gubernamentales. ◆ Apoyo financiero. ◆ Topografía de la zona. ◆ Situación de desarrollo humano ◆ Débil promoción y desconocimiento de las actividades turísticas de los municipios modelos.. ◆ Falta de infraestructura turística
<p align="center">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Nicho de Mercado ◆ Mejorar la calidad de vida local ◆ Participación de la mujer ◆ Orientación de turismo amigable con el medio ambiente. ◆ Valor agregado a las actividades económicas. ◆ Contribución al desarrollo de la agricultura. ◆ La cercanía de Honduras y Guatemala 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se debe valor agregado a las actividades económicas que se realizan en el departamento a través del turismo. 2. Se debe potenciar el agroturismo en las comunidades involucradas para contribuir al desarrollo económico-social. 3. Debe diseñarse los mecanismos de participación activa de la mujer en la nueva actividad turística. 4. Deberán desarrollarse nuevas formas de cultivo que potencien el agroturismo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se propondrá una forma de asociatividad en los lugares donde se implante el modelo. 2. El diseño debe contemplar la participación activa de las instituciones gubernamentales y no gubernamentales 3. Debe darse un apoyo financiero para el mejoramiento de la agricultura 4. Se propondrá una forma de promocionar el agroturismo tanto nacional como internacional
<p align="center">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ Competencia turismo tradicional ◆ Condiciones climatológicas. ◆ Degradación de los atractivos turísticos naturales. ◆ Creciente deterioro de la agricultura y medio ambiente. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. La localización de la infraestructura necesaria se realizará tomando en cuenta el buen estado de las vías de acceso los riesgos por deslizamientos. 2. Se analizara la posibilidad de diversificar las actividades con potencial turístico para tratar de potenciar el agroturismo. 3. Diseñar productos turísticos que integren diferentes actividades como las artesanías, crianza de ganados e incorporación de actividades eco turísticas. 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Diseñar una función dentro de la estructura organizativa encargada de montar campañas publicitaria dirigida a personas con determinado nivel de estudios y significativo nivel de ingreso, los medios utilizados serian: Internet y boletines distribuidos en centros de estudios, en los cuales se dará realce a los recursos naturales con que cuenta las zonas. 5. Diseñar una asociatividad que permita que a través de el principio de sinergia se realicen de manera más fácil inversiones, créditos, publicidad, financiamientos etc.

FORTALEZAS

- ◆ Entre los recursos naturales no explotados en los municipios seleccionados podemos mencionar :

El Río Sumpul, Azambio y Lempa como bellezas escénicas, recreación familiar, pesca y crianzas pecuarias, así como también posee bosque húmedo subtropical, fresco promediando temperaturas de 23°C. Las especies arbóreas más notables son: roble, chaparro, nance, volador, conacaste, pepeto y madre cacao que contribuyen a mantener un clima fresco.

- ◆ Vías de comunicación en buen estado

El municipio de El Carrizal se comunica por carretera pavimentada (anillo periférico de la Montañaña) con las cabeceras municipales de La Laguna y Comalapa. Cantones y caseríos se enlazan por caminos vecinales a la cabecera municipal. El pueblo de Comalapa se une por carretera pavimentada, hacia el N. con el pueblo de La Laguna y hacia el S. con la Ciudad de Concepción Quezaltepeque. Cantones y caseríos se enlazan por caminos vecinales a la cabecera municipal. El pueblo de San Luis del Carmen se comunica por carretera de tierra con las poblaciones de San Francisco Lempa, Azacualpa y Chalatenango; caminos vecinales enlazan cantones y caseríos a la cabecera municipal

- ◆ Variedad de cultivos

Los productos agrícolas de mayor cultivo son: granos básicos, caña de azúcar, café, frutas cítricas, pastos, plantas hortenses y frutícolas.

- ◆ Actividades artesanales

Alfarería, petates, jabón de aceituna, atarrayas de nylon,

- ◆ Crianza de animales

Hay crianza de ganado: vacuno, porcino, caballar y mular, aves de corral, además de camarones, pescado.

- ◆ Capacidad de inversión

Esto se puede corroborar a través de las encuestas ya que en el caso de las personas individuales el 59% manifestó que trabaja actualmente con fondos propios, y un 50% de las asociaciones trabajan con fondos propios.

OPORTUNIDADES

◆ Nicho de Mercado.

El nicho de mercado actual es sumamente amplio ya que el único competidor que esta proporcionando servicios agroturísticos es la finca el Manzano la cual esta ubicada en el municipio de San Fernando. El producto turístico comprende: Visita a la casa del café, donde se conoce el proceso de elaboración empaque y exportación del café “Ereguan”; se puede adquirir frutas, hortalizas y aves de corral; existe una tienda de artesanías donde se pueden obtener una gran variedad de artículos elaborados por hombres y mujeres; existen otras actividades tales como viajes guiados por senderos para la observación de flora y fauna, visitas a centros históricos, así como disfrutar del deporte y recreación.

◆ Mejorar la calidad de vida local

Con referencia a su vertiente económica, además de la cifra de negocios correspondiente a conceptos tales como alojamiento, restauración, actividades de ocio, hay que destacar otros aspectos beneficiosos como:

- La rehabilitación del patrimonio arquitectónico y cultural
- La reactivación de la economía local
- Comercialización directa de los productos agroalimentarios y artesanos
- Reconocimiento del papel de la mujer en el medio rural
- La dignificación del papel del agricultor en la sociedad
- Intercambio cultural-urbano

◆ Participación de la mujer

A través de las experiencias agroturísticas que se han realizado en el extranjero se ha demostrado que la mujer ha desempeñado una labor muy importante ya que es el hombre el que generalmente desempeña las tareas agropecuarias.

◆ Orientación de turismo amigable con el medio ambiente.

Por definición, el turismo rural comprende dos principios fundamentales:

- i.** Ser un turismo que pretende un bajo impacto medio ambiental.
- ii.** Ser un turismo no de masas.

De lo anterior podemos inferir que no se pretende dañar al medio ambiente.

◆ Valor agregado a las actividades económicas.

Se pretende dar valor agregado a actividades tales como: Siembra de todos los tipos de cultivos de los municipios modelos, así como también a actividades como la pesca crianza de ganado vacuno, caballar, mular, pecuario, así como actividades artesanales.

- ◆ Contribución al desarrollo de la agricultura.

La agricultura nacional ha visto como a lo largo de los años su rentabilidad ha ido disminuyendo considerablemente con las consecuencias muchas veces desastrosas. A partir de esta situación surge una actividad complementaria a la actividad diaria del campo y que viene a suministrar ingresos alternos a los obtenidos directamente de la Agricultura. Esta nueva opción se denomina Turismo Rural, que se ha desarrollado principalmente con el respaldo de dos grandes actividades económicas: la actividad agrícola y la turística, permitiendo la evolución y difusión de unas de sus expresiones

LIMITACIONES

- ◆ Pocas asociaciones en los municipios seleccionados.

En el municipio se encontraron solamente 4 asociaciones: 2 en el municipio de Carrizal, 1 en Comalapa y 1 en San Luis del Carmen. Lo que refleja la poca iniciativa de organización que poseen los pobladores.

- ◆ Apoyo de instituciones gubernamentales y no gubernamentales.

En las encuestas realizadas a las familias el 100% de las ayudas que reciben las personas no son de carácter gubernamental, siendo de la misma manera en el caso de las asociaciones. Los tipos de apoyos no gubernamentales se refieren a asistencia técnica y financiera y en menor medida capacitaciones y otros.

- ◆ Apoyo financiero.

Solo un 40% de los encuestados manifiestan que obtienen apoyos financieros.

- ◆ Topografía de la zona.

La topografía de la zona limita a los municipios seleccionados en cuanto a desarrollo agroturístico en aspectos como: Producción agrícola, inaccesibilidad a las zonas de cultivo.

- ◆ Situación de desarrollo humano.

El agroturismo necesita de un nivel de educación por parte de los involucrados, debido a la relación que se tiene con los visitantes, y la calidad de los servicios que éstos demandan.

- ◆ Débil promoción y desconocimiento de las actividades turísticas de los municipios modelos.

En general, en el salvador la población históricamente ha preferido balnearios, playas y lagos.

- ◆ Falta de infraestructura turística.

La zona no se ha desarrollado turísticamente por lo que no se cuenta con la infraestructura adecuada.

AMENAZAS

- ◆ Competencia turismo tradicional

El 62% del país prefiere balnearios, el 17% prefiere visitar playas y lagos contra un 21% que prefiere naturaleza.

- ◆ Condiciones climatológicas

Las lluvias pueden ocasionar derrumbes en los municipios modelos debido al tipo de terreno inclinado y la deforestación que presentan estos.

Carrizal: El monto pluvial anual oscila entre 2,100 y 2,250 mm.

Comalapa: El monto pluvial anual oscila entre 1,900 y 2,255 mm.

San Luis del Carmen: El monto pluvial anual oscila entre 1,600 y 1,800 mm.

- ◆ Degradación de los atractivos turísticos naturales.

Un agroturismo mal planificado y acelerado puede ocasionar el deterioro en los recursos naturales de aquellos municipios que adopten el modelo, ya que los visitantes pueden contaminar dichos recursos.

- ◆ Creciente deterioro de la agricultura.

Por políticas económicas las actividades agropecuarias tienden a disminuir, resultando en un abandono de estas actividades y permitiendo la migración de estas personas de los lugares de cultivo.


ESTRATEGIAS

1. Diseñar una asociatividad que permita que a través del principio de sinergia se realicen de manera más fácil inversiones, créditos, publicidad, financiamientos etc.
2. El diseño debe contemplar la participación activa de las instituciones gubernamentales y no gubernamentales
3. Debe darse un apoyo financiero para el mejoramiento de la agricultura
4. Se propondrá una forma de promocionar el agroturismo tanto nacional como internacional
5. Se analizará la posibilidad de diversificar las actividades con potencial turístico para tratar de potenciar el agroturismo.
6. Diseñar productos turísticos que integren diferentes actividades como las artesanías, crianza de ganados e incorporación de actividades eco turísticas.
7. La localización de la infraestructura necesaria se realizará tomando en cuenta el buen estado de las vías de acceso los riesgos por deslizamientos.
8. Diseñar una función dentro de la estructura organizativa encargada de montar campañas publicitaria dirigida a personas con determinado nivel de estudios y significativo nivel de ingreso, los medios utilizados serian: Internet y boletines distribuidos en centros de estudios, en los cuales se dará realce a los recursos naturales con que cuenta las zonas.
9. Se debe valor agregado a las actividades económicas que se realizan en el departamento a través del turismo.
10. Se debe potenciar el agroturismo en las comunidades involucradas para contribuir al desarrollo económico-social.
11. Debe diseñarse los mecanismos de participación activa de la mujer en la nueva actividad turística.
12. Deberán desarrollarse nuevas formas de cultivo que potencien el agroturismo.

3. Formulación del problema

En la formulación del problema el principal paso es la definición en términos generales en que consiste este, para determinar si merece nuestra atención y obtener una buena perspectiva de el, cuanto sea mas oportuno y fácil de hacerlo. En el Cuadro 26 puede visualizar el planteamiento en términos generales, identificando los estados A y B, citadas también como entrada y salida del problema.

**CUADRO 26 PROCESO DE DISEÑO DEL MODELO DE SISTEMA
AGROTURISTICO**

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	
	
ESTADO A	ESTADO B
Zonas con recursos naturales y actividades económicas de Chalatenango con potencial turístico los cuales no están siendo aprovechados y que mantienen a la población en condiciones de poco desarrollo económico.	Zonas con recursos naturales y actividades económicas de Chalatenango las cuales están siendo aprovechadas turística-mente y contribuyen a la diversificación de actividades económicas y por ende al desarrollo socioeconómico del departamento.
ENUNCIADO DEL PROBLEMA	
¿Cómo aprovechar el potencial turístico de las actividades económicas del departamento de Chalatenango para contribuir a un desarrollo socio económico sostenible?	
ANÁLISIS DEL PROBLEMA.	
VARIABLES DE ENTRADA	LIMITACIONES
Tamaño de asociaciones existentes	Ninguna
Participación de las personas según género en las actividades.	De los entrevistados, manifestaron que el 73% de las personas que trabajan con ellos son hombres, contra un 27% que es mujer, y en el caso de las asociaciones 94.1% de los trabajadores son niños y el 5.9 son mujeres.
Forma de organización	Los entrevistados que si aceptaron la iniciativa turística a partir de sus actividades

	económicas, el 70% le gustaría trabajar de manera asociada y un 30% de manera individual y en las asociaciones el 75% aceptaron una asociatividad, mientras que el 25% restantes preferirían realizar el modelo de manera individual.
Destinatarios del modelo	Ninguno
Educación	El 76% de las personas individuales entrevistadas saben leer y escribir y en las asociaciones el 81% de los miembros de estos saben leer y escribir
Forma de tenencia de la tierra	Ninguna
Diversificación de cultivos	Ninguna
Extensión de terrenos sembradas	Ninguna
Numero de cabezas de ganado	Ninguna
Números de actividades artesanales	Ninguna
Apoyo financiero	De las personas entrevistadas el 41% reciben apoyo financiero y de las asociaciones el 50%.
Disposición de agricultores, ganaderos o artesanos en adquirir créditos para desarrollar una nueva iniciativa turística.	El 65% de las personas individuales y un 67 de las asociaciones manifestaron que estarían dispuestos a solicitar créditos para el desarrollo del modelo.
Apoyo de instituciones gubernamentales y apoyos no gubernamentales.	El 75% de los entrevistados no ha recibido ayuda de ninguna institución y el 25% restante ha recibido ayuda pero no de instituciones gubernamentales.
Disposición a ser parte del modelo agroturístico por parte de los involucrados	El 57% de las personas entrevistadas manifestó que si estaría dispuesto a realizar turismo a partir de sus actividades, mientras que un 43% no le interesa. En el caso de las asociaciones el 75% manifiesta que si y solo un 25% manifiesta que no.
Recursos disponibles para realizar el diseño del modelo	Ninguna
Servicios que los involucrados estarían dispuestos a brindar	El 31% de las personas muestra de siembras y cosechas, 26% hospedaje y el 29% actividades relacionadas a crianza de ganado.
VARIABLES DE SALIDA	LIMITACIONES

Beneficio económico	El modelo debe generar ganancias
Beneficio social	Mejorar el nivel de vida mediante la creación de nuevas fuentes de trabajo.
Impacto ecológicos	Preservación de recursos hídricos
Cultura de organización empresarial	Ninguna
VARIABLES DE SOLUCION	
Organización	Recursos naturales
Diversificación de las actividades económicas	Cultura
Servicios turísticos	
RESTRICCIONES	CRITERIOS
<p>La solución debe beneficiar a la mayor cantidad de las personas del departamento de Chalatenango.</p> <p>Debe cumplir con los requisitos legales según el tipo de organización.</p> <p>La solución debe permitir la accesibilidad a cualquier agricultor del departamento de Chalatenango.</p>	<p>Efectividad</p> <p>Flexibilidad</p> <p>Confiabilidad</p> <p>Sencillez:</p> <p>Monto de la inversión</p>
VOLUMEN	USO
La solución es única y consiste en el diseño de un modelo de sistema agroturístico para que pueda ser aplicado a cualquier lugar del departamento de Chalatenango.	Tomando en cuenta los cambios del entorno donde se hace el diseño del modelo, este requerirá una actualización cada año para que la empresa funcione de una mejor manera.
BUSQUEDA DE SOLUCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Iniciativa Agroturísticas compuestas por una sola persona. ◆ Asociaciones de personas. ◆ Asociaciones de cooperativistas. ◆ Grupos solidarios. ◆ Empresas comunitarias. 	

4. Análisis del problema.

Dentro de este apartado, hablamos de las variables de entrada y salida con sus respectivas limitaciones y/o condiciones a considerar para llegar a establecer la solución más propicia, para ello también hay que plantear las variables de solución que se deben tomar en cuenta para hacer las evaluaciones de las alternativas propuestas.

a. Variables de solución.

Las variables de solución son los aspectos en que difieren las soluciones alternativas; a continuación se describe en que consiste cada una de ellas

Organización

El aspecto organizativo de la conceptualización comprende los elementos que a continuación se detallan:

1. **Establecimiento del tipo de organización.** Se establecerá un organigrama que muestre las funciones necesarias para la asociatividad, así como el diseño del manual de organización.
2. **Vinculación de la asociatividad con otras organizaciones.** Debido a la naturaleza de la organización es necesario que se establezcan mecanismos que permita que la asociatividad trabaje en conjunto con organizaciones externas como por ejemplo: ministerio del turismo, ONG'S, etc. Por lo cual es necesario que se establezcan los mecanismos que permitan tales alianzas.
3. **Establecimiento de un comité de promoción de productos turísticos.** Esta parte trata del diseño de la función que se encargue de la labor de promoción, de tal manera de lograr equitatividad por parte de cada una de las actividades que realizan los involucrados.

Diversificación de las actividades económicas

Esta parte se propondrán la incorporación de actividades que no se realizan en la actualidad, pero que al desarrollarlas podrían generar un mayor atractivo turístico a las

zonas que se seleccionaron para desarrollar el modelo agroturístico. Dicha incorporación de actividades se hará en los siguientes rubros:

- ◆ Actividades agrícolas
- ◆ Actividades pecuarias
- ◆ Actividades artesanales

Servicios turísticos

Los servicios turísticos es una parte medular en el diseño de la solución. Nuestras propuestas van enfocadas en los siguientes puntos:

1. **Diseño de productos turísticos.** En base a las experiencias realizadas en el país y en el extranjero, además de tomar en cuenta los recursos con que se cuentan realizar el diseño de cada uno de los servicios turísticos que se proporcionaran a los turistas.
2. **Diseño de logística de turismo.** Crear la logística que permita integrar cada uno de los productos turísticos diseñados para el modelo de tal forma que se logre obtener un mayor ingreso para las zonas.
3. **Diseño de la infraestructura.** Se propondrá un diseño de infraestructura para:
 - ◆ La asociatividad
 - ◆ Los alojamientos
 - ◆ Restaurantes
 - ◆ Otros necesarios según los servicios turísticos propuestos.

Recursos naturales

Se realizara una propuesta de la manera como deben de ser explotados los recursos naturales de las zonas. Esto con el objetivo de evitar el deterioro, por lo contrario hacer conciencia del valor de éstos incorporando aspectos educativos a la vez de cumplir con el objetivo principal que es el de contribuir al desarrollo económico y social.

Cultura

Se integraran aspectos culturales de las zonas como por ejemplo programa de las fiestas patronales, sitios arqueológicos, leyendas y mitos locales. Con lo anterior se lograra el fortalecimiento de los valores culturales de los pobladores y de las futuras generaciones.

b. Criterios de evaluación.

Para evaluar el grado en el cual las variables de solución abonan a resolver la problemática, se establecen los siguientes criterios en orden de importancia:

- Efectividad: la solución que se elija debe alcanzar los objetivos propuestos, o sea que logren los resultados para el cual fue creado
- Flexibilidad: la solución debe ser adaptable a las variaciones que se presenten durante la implantación, a la vez que debe adaptarse a cualquier región del departamento.
- Confiabilidad: que la solución responda a las expectativas de los involucrados
- Sencillez: la solución debe ser práctica, considerando elementos básicos para alcanzar los mejores resultados, es decir que esté enmarcada dentro de la cultura y nivel de educación de los usuarios.
- Monto de la inversión: refiere a la cantidad de dinero necesario para la realización de la solución.
- Probabilidad real de obtener financiamiento: se refiere a la probabilidad de éxito en la gestión de los fondos necesarios para realizar la solución.

La solución esta enmarcada en la preferencia de las formas de trabajo por parte de las personas entrevistadas con un 70% y las asociaciones con un 75%.

Una vez terminada la forma de trabajo más favorable para desarrollar el modelo de sistema agroturístico, es importante profundizar en aspectos básicos que esta alternativa encierra.

L. CONCEPTUALIZACION DE EL MODELO DE SISTEMA AGROTURISTICO

1. Conceptualización de la solución

Una vez evaluado y elegido las diferentes opciones para las categorías involucradas en la solución, se procede a definirla conceptualmente por lo que la propuesta planteada sobre la base anterior se detalla de la siguiente manera:

CUADRO 27 CONCEPTUALIZACIÓN DEL MODELO.

TIPO DE ORGANIZACIÓN	TAMAÑO DE LA EMPRESA	CAPACITACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA	DIVERSIFICACIÓN DE ACTIVIDADES	GRADO DE APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS NATURALES.
Modelo de sistema agroturístico constituida por asociados	Mediana a Grande	Apoyo gubernamental y no gubernamental	Agropecuarias y no agropecuarias	Variedad de elementos naturales armonizados con las características propias del lugar

“Modelo de sistema agroturístico constituido por asociados, de tamaño mediano a grande, la cual puede recibir apoyo gubernamental y/o no gubernamental, cuya diversificación de actividades deben ser agropecuarias y de otros tipos, las cuales aprovechen los recursos naturales de acuerdo a la existencia de estos en las zonas a implementarse”.

2. Objetivos del modelo de sistema.

- Diversificar e incorporar valor agregado a las actividades económicas de los municipios modelos, por medio del modelo de sistema agroturístico.
- Promover el agroturismo de manera que motive a las personas a organizarse para conformar una sociedad.
- Contribuir a mejorar el nivel de vida en sectores rurales a través de la generación de nuevas fuentes de empleo.

3. Descripción de los componentes.

Una vez conceptualizada la solución y definidos los objetivos que se pretenden con ésta, se hace necesario desglosar este sistema bajo una serie de subsistemas que interactúan entre sí ya la vez con otros elementos del ambiente externo que son imprescindibles para su funcionamiento.

A fin de presentar un panorama general de todos estos componentes de la solución, se describen a continuación.

a. Elementos Externos.

Promoción.

Para lograr que las personas se interesen en el modelo de sistema agroturístico, se hace necesario que la institución interesada (CORSATUR, MAG, a y mas largo plazo el ministerio de turismo) concentre esfuerzos en este elemento, por medio de la divulgación del mismo en sus áreas de trabajo cubiertas por ella, en éste se incluirán estrategias para llevarla a cabo.

Personas asociadas

Éstos están constituidos por las personas interesadas en participar en el modelo de sistema agroturístico, siendo los principales beneficiados por pasar a ser no solamente proveedores de servicio sino que también por poseer una visión de contribución socio económico para formar parte de la asociación.

Actividades económicas con potencial turístico

Este es un elemento imprescindible para la creación y el funcionamiento del modelo de sistema agroturístico, por ser la base principal para generarlo.

Capacitaciones.

Este elemento consiste en una serie de capacitaciones impartidas en dos niveles, la primera será dirigida a los asociados, y la segunda dirigida a la parte operativa.

Financiamiento.

Para que pueda instalarse el modelo se hace necesario gestionar fondos; por lo que el elemento contempla las posibles alternativas que se tienen para lograr estos fondos.

Usuarios.

Por lo esperaríamos que los usuarios sean principalmente de origen urbano, más bien jóvenes con estudios a nivel profesional, que viajan en familia serían personas respetuosas de las costumbres de los lugares que visitan y se documenten antes de su estadía, que paguen con gusto cuando encuentran un producto que los satisface, regresan si quedan satisfechos.

b. Elementos Internos.

Subsistema de prestación de servicios.

Por medio de éste se pretende proporcionar al modelo de sistema agroturístico los elementos técnicos necesarios para ofrecer un servicio agradable al turista.

Subsistema Control de calidad.

Por medio de éste se establecerán los requisitos necesarios para que el servicio cumpla con las normas de calidad y medio ambientales, considerando los usuarios del servicio.

Subsistema Abastecimiento y Comercialización.

Será el encargado de lograr un aprovisionamiento de los insumos necesarios para ofrecer el servicio, así como lograr que el servicios sea conocidos por los potenciales turistas, procurando para ello definir estrategias de comercialización para aumentar el número de turistas en la medida que se de a conocer el servicio.

Subsistema Organización.

Proporcionará los lineamientos necesarios para que la estructura como tal funcione administrativamente, definiendo las relaciones el entre los componentes y su grado de responsabilidades para lograr los resultados esperados.

Subsistema Administración y Finanzas

Este subsistema es elemental en el modelo, por llevar a cabo los controles de egresos e ingresos en que se incurre. La complejidad de estos procedimientos depende del tamaño del modelo.

CAPITULO III:
DISEÑO
DE LA
SOLUCIÓN

A. CONCEPCIÓN DEL MODELO DE SISTEMA AGROTURISTICO.

El punto mas critico del diseño propuesto para el modelo de sistema agroturistico propuesto, es la definición del funcionamiento de la empresa prestadora de servicios e interrelación de los miembros que la integran.

Para definir el modelo de sistema agroturistico para contribuir al desarrollo socio económico del departamento de Chalatenango, se ha concebido como un sistema en el cual a su vez esta compuesto por subsistemas o agentes internos del modelo que interactúan entre si, como también con elementos o agentes externos del modelo del ambiente externo. Es importen mencionar los diferentes sectores que se tomaran en cuenta al momento de plantear los integrantes que se tomaran en cuenta en el diseño del modelo.

Los sectores seleccionados para la creación de la asociación son:

1. Agropecuario
2. Restaurantes
3. Artesanal
4. Alojamiento
5. Ecológico

El modelo se aplicará con los sectores antes mencionados, ya que las nuevas tendencias es la integración de actividades mediante asociación, lo cual hace posible que se logren de manera mas fácil los objetivos individuales a través del trabajo en grupo, es mas, en el agroturismo el hecho de integrar varios sectores hace que los paquetes agroturísticos se vuelvan mas atractivos a los ojos del turista volviéndolo mas rentable. No obstante a lo anterior es importante que se busque la mejor forma de asociación y los términos en que se unan para alcanzar verdaderas ventajas competitivas. Los terminos en los que se integran se presentan a manera de reglamentos y estatutos los cuales mostramos en el ANEXO 6

Las razones por las que fueron seleccionados dichos sectores son:

- ✓ Dar valor agregado a las diferentes actividades, ya que son las que mas se encuentran en la zona.
- ✓ Dar una mayor atraktividad a cada uno de los paquetes, ya que se le presentan a los turistas una mayor variedad de atractivos y facilidades.

- ✓ Tomando las medidas pertinentes y el contacto con la naturaleza y el medio ambiente donde se desarrollaran los paquetes, es necesario realizar labores que no dañen el medio ambiente.
- ✓ Las actividades económicas que se desarrollan en los sectores pueden ser mejoradas importantemente con técnicas y conocimientos de la ingeniería industrial.

En cuanto a las personas que no quieren formar parte de los diferentes sectores y por consiguiente de la organización de la asociación, no se le tomara en cuenta para la ejecución del modelo, pero si para la información del mismo. El único beneficio que obtendrán del modelo es aquel que se da mediante la comunicación directa del turista y las actividades económicas que el no asociado promueva.

1. Subsistemas o agentes internos del modelo.

- a. Ventas:** el propósito fundamental es el de dar a conocer los paquetes agroturísticos que se prestan en la asociación así como conocer y utilizar los medios necesarios para mejorarlos y buscar incrementar el numero de clientes.
- b. Control de calidad:** establecerá los procedimientos y los puntos clave del modelo y los paquetes que se verificaran en cuanto a la calidad que se ofrezcan a los turistas, sin embargo las normas que se incluyan serán de carácter sencillo esto considerando las limitaciones que estas posean.
- c. Contabilidad:** cualquier empresa independientemente de su tamaño necesita llevar controles sobre los ingresos y gastos que se este realizando en la asociación, el grado de complejidad de estos controles depende de las necesidades particulares de cada empresa, en este subsistema se propondrán los registros necesarios para la misma.
- d. Organización:** establecer en forma práctica las funciones y responsabilidades de los miembros que integran la asociación de forma que se obtenga la mejor coordinación entre ellos mismos, de tal modo que permita que la asociación logre los resultados esperados.
- e. Producto agroturístico:** es el resultado de la aplicación del modelo, de manera que estos bienes intangibles o de consumo final puedan satisfacer la necesidad de los consumidores y las expectativas de los asociados.

2. Relaciones entre subsistemas o agentes internos del modelo.

Es importante establecer las principales relaciones directas o indirectas que se dan entre los diferentes subsistemas o agentes internos del modelo, para ello se presenta a continuación un detalle de las mismas:

a. Subsistema producto agroturístico ↔ subsistema ventas

La relación principal que debe existir entre estos subsistemas es la de coordinación y comunicación que debe de existir entre la asociación – intermediario – cliente para que se pueda ofrecer un servicio de ventas que beneficie a los antes mencionados, ya que a través el diseño de un buen producto se obtendrán las ventas necesarias para hacer el modelo rentable y generar el desarrollo socio – económico esperado. Del producto agroturístico se obtendrá la información necesaria para la creación de folletos, así como el diseño de la promoción, ya que el producto debe ser innovador y creativo para poder tener la aceptación necesaria entre los potenciales usuarios.

b. Subsistema producto agroturístico ↔ calidad

Por medio de la relación que se da entre estos subsistemas se puede buscar las mejoras necesarias para la satisfacción del cliente, ya que a través de la indagación de la información obtenida mediante los instrumentos diseñados en el modelo se puede evaluar la satisfacción que el cliente obtiene al usar los productos agroturísticos.

c. Subsistema producto agroturístico ↔ organización

La relación principal que se da en estos subsistemas es la de buscar la creación de funciones y perfiles adecuados para la prestación de un buen servicio y la manera de dirigir efectivamente todos los elementos necesarios que intervienen en el proceso de prestación de productos.

d. Subsistema productos agroturístico ↔ contabilidad

Es necesario que estos subsistemas posean una relación que permita llevar un control de los ingresos obtenidos de la prestación de los productos agroturísticos.

e. Subsistema ventas ↔ subsistema control de calidad

Ventas proporciona datos del desempeño de ventas al subsistema control de calidad para que este busque los productos agroturísticos que son menos atractivos a los turistas y determinar las principales razones de insatisfacciones.

f. Subsistema ventas ↔ subsistema organización

Debe existir personal de ventas en la organización, en los puestos de: encargado de ventas, comercialización, analista del comportamiento estadístico del turismo, encargado de estudios de mercado; dependiendo todos estos puestos del crecimiento de las ventas en una temporada específica del año.

g. Subsistema ventas ↔ subsistema contabilidad

Todas las ventas en un periodo o época de año debe ser registrado en la documentación contable de la asociación a efecto de determinar la rentabilidad de la asociación agroturística.

h. Subsistema control de calidad ↔ subsistema organización

Proporciona elementos para controlar, crear y supervisar las actividades y funciones necesarias para la prestación del servicio así como también quienes son los principales actores que desarrollaron estas actividades.

i. Subsistema control de calidad ↔ subsistema contabilidad

La relación que se maneja entre los subsistemas control de calidad y contabilidad es mínima ya que el contacto que pueden tener es indirecto, pues que solo el subsistema organización es el que se encarga de establecer los recursos monetarios necesarios para cada actividad que se necesite hacer para la atención de los clientes.

j. Subsistema organización ↔ subsistema contabilidad

Esta es una de las principales relaciones que se pueden dar en los diferentes subsistemas del modelo, ya de aquí depende mucho las inversiones necesarias que hagan

que la asociación crezca cada día mas y el conocimiento del estado financiero para la búsqueda de mas socios que contribuyan a la mejora de la prestación del servicio.

A continuación presentamos en la figura 1 de las relaciones que se encuentran en los diferentes subsistemas:

3. Elementos o agentes externos del modelo.

- a. Sectores:** son personas agrupadas o asociadas por actividades económicas en común y gran asentido de superación económico y social; donde visualizan el darle un valor agregado a sus actividades actuales y tienen la posibilidad de atender a personas ajenas a su medio (turistas).
- b. Financiamiento:** compone el medio económico con el cual, los asociados puedan echar a andar el proyecto de modelo de sistema agroturístico. Este elemento incluye posibles formas y fuentes de financiamiento que existen actualmente en el país.
- c. Marco legal:** se pretende presentar los requisitos y disposiciones legales adecuadas para una asociación de este tipo.
- d. Seguridad ciudadana y saneamiento ambiental:** es la seguridad que puede otorgar el gobierno en general a través de los diferentes organismos encargados a esta unidad tan importante para la ciudadanía en general, acompañado de los beneficios otorgados de ciertas entidades gubernamentales y no gubernamentales que apoyan la conservación ambiental del territorio de Chalatanengo.

4. Importancia de los elementos o agentes externos del modelo

La relación de los elementos o agentes externos del modelo se da de manera complementaria, ya que ayudan a que el desarrollo del modelo de sistema agroturístico sea más eficiente y beneficioso para todos aquellos involucrados de manera directa o indirecta.

Dichos elementos o agentes externos han sido seleccionados de acuerdo al aporte que cada uno de ellos proporciona al modelo, siendo estos:

- ✓ Se tomaran en cuenta a los diferentes sectores antes mencionados, ya que son las actividades económicas mas comunes que se encuentran en las zonas modelos y son

las que poseen un mayor potencial turístico, siendo esto un apoyo o beneficio socio económico mayor.

- ✓ Para cualquier empresa que inicia o crece, es necesario el poseer un capital ya sea propio o prestado, en donde en la mayoría de casos se recomienda tener un capital prestado para poder enfrentar cualquier inconveniente; es por esta razón que el apoyo de un financiamiento se hace necesario para la ejecución del modelo, ya que esta orientado a personas asociadas de recursos limitados que no poseen un apoyo de este índole de manera individual.
- ✓ Para la creación de la asociación es necesario el poder orientar de manera ordenada todos aquellos pasos que implica el proceso hacia la formación y/o actualización legal de una empresa; por lo que la importancia de este elemento se hace notoria en la orientación para realizar todos estos requerimientos necesarios.
- ✓ Para cualquier empresa, negocio o lugar en estos días es necesaria la proyección de una imagen de seguridad para que los clientes puedan visitarlo con toda confianza, convirtiendo esto en una inversión adicional a las habituales que puede ser obtenida mediante el involucramiento de entidades gubernamentales dedicadas a este tipo de actividades facilitando esa seguridad necesaria para el desarrollo del modelo en cualquier zona; de igual manera el tomar en cuenta a entidades que se dediquen a la realización de actividades encaminadas al bienestar ambiental será de mucha utilidad para el modelo ya que aportaran a mantener la imagen y conservación de la relación que se da entre el desarrollo del modelo y el medio ambiente.

B. SUBSISTEMA PRODUCTO AGROTURÍSTICO

1. Introducción.

En este subsistema se presentan, en las definiciones básicas con las cuales harán más comprensibles todos los aspectos relacionados al producto turístico. Adicionalmente se plantea una metodología para la realización de un inventario de atractivos y facilidades necesarias para el desarrollo agroturístico y también se propone la forma en que se deben estructurar los paquetes agroturísticos. Posteriormente se presenta la forma elemental de un

sistema de información el cual contribuirá a brindar los servicios que el cliente espera recibir.

2. Objetivos del subsistema producto agroturístico.

- ✓ Presentar las definiciones básicas que hagan mas comprensible el desarrollo de este tema y de esa manera facilitar la implementación del modelo a los que pretendan adoptarlo.
- ✓ Presentar una metodología para la realización de un inventario de atractivos agroturísticos, recursos naturales y actividades artesanales a través de la participación de todas las personas e instituciones gubernamentales y no gubernamentales que participen en alguna medida en el modelo para lograr que dicho modelo sea un verdadero proceso que contribuya al desarrollo socioeconómico de la zona.
- ✓ Presentar una metodología para facilitar la estructuración de los paquetes agroturísticos a partir de un inventario de atractivos agroturísticos.
- ✓ Crear un sistema de información para garantizar un buen servicio de venta de productos agroturísticos.

3. Elementos básicos del subsistema.

a. Producto Agro turístico

Es aquel que se ofrece a un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que satisface una necesidad o un deseo de ocio. El producto no se limita a objetos físicos, incluye a personas, lugares, organizaciones, actividades e ideas. En el cuadro 28 se detallan los elementos que lo componen.

Un producto agroturístico es un conjunto de componentes TANGIBLES e INTANGIBLES que incluyen:

Visitas y participación en plantaciones agrícolas, actividades ganaderas, etc. (Atractivos turísticos)

+

Infraestructuras y equipamientos (planta)

+

Servicios alimenticios, estancias, etc. (Servicios complementarios)

+

Paseos por senderos, participación en actividades culturales y religiosas, etc. (recreación)

+

Duración y Precio

+

Imágenes y Valores percibidos

CUADRO 28: COMPONENTES DEL PRODUCTO AGROTURISTICO

b. Servicio básico.

Es el que atiende la motivación principal del turista, esto es, se debe constituir en el beneficio principal buscado por los clientes. En el agroturismo, se refiere a la participación en actividades ganaderas y agrícolas.

c. Servicio complementario.

Estos incluyen lo que son: alojamiento, alimentación, transporte, se debe incluir algún servicio que añada valor al producto y contribuya a diferenciarse de la competencia.

d. Paquete agroturístico.

Conjunto de facilidades, servicios y actividades que se estructuran de manera articulada y que satisfacen necesidades o deseos de los consumidores turísticos. Generalmente son armados o ensamblados por los tour operadores y se ofrecen por las agencias de viajes y turismo en un mercado turístico definido. Al igual que el producto turístico, el paquete es adquirido en el lugar de origen y consumido en el lugar de destino. En nuestro caso el paquete agroturístico será diseñado por las personas individuales que quieran ser parte del

modelo así como de las instituciones con las que se establecen alianzas. Lo anterior con el fin de propiciar el mayor desarrollo socioeconómico.

El “paquete” incluye gran variedad de facilidades y servicios complementarios adaptados a las necesidades del cliente. Posibilita programar la oferta para crear un producto agroturístico nuevo. Es una combinación de servicios que generalmente se compran por separado, (transporte, alojamiento, comidas, diversiones), pero que se ofrecen como un producto único, integrado, con precio fijo y en una sola transacción.

e. Plan agroturístico.

En un sentido aplicado al tema de producto, el plan es un paquete agroturístico que se ofrece contemplando opciones y condiciones diferentes de prestación de servicios. Es usual encontrar una amplia gama de posibilidades que se resumen así:

- ✓ Tipo de facilidades y servicios ofrecidos: alojamiento, transporte, alimentación, esparcimiento.
- ✓ Plan de alimentación: Plan completo, Plan económico.
- ✓ Tipo de acomodación: sencilla, doble.
- ✓ Número de noches y días.
- ✓ Período de vigencia.
- ✓ Tours y/o actividades adicionales u opcionales.

A continuación se presentan las características del plan y el paquete agroturístico:

Paquete agroturístico	Plan agroturístico
<ul style="list-style-type: none"> ◆ Se nutre de las características del (los) producto(s) - destino. ◆ Implica una cadena de producción y servicio por lo que es integral. ◆ Cada paquete debe conllevar un factor de diferenciación. ◆ Se ofrece con frecuencia bajo el sello de una marca establecida. 	<ul style="list-style-type: none"> ◆ Se nutre de las características del producto (destino) y de los paquetes. ◆ Implica una cadena de producción y servicio, por lo que es integral. ◆ Cada plan, en esencia, no posee carácter de diferenciación. Conlleva un factor de servicios y facilidades prestadas o incluidas. ◆ Se ofrece con frecuencia bajo el sello de una marca establecida.

CUADRO 29: CARACTERÍSTICAS PLAN - PAQUETE

f. Ventajas y desventajas al diseñar los productos agroturísticos por paquetes.

i. Ventajas para el cliente

✓ **Conveniencia.**

Facilita la planeación del viaje y el control de los gastos por todo concepto.

✓ **Ahorro.**

Mayor eficiencia precio- costo al adquirir los componentes del paquete con descuento por volumen.

✓ **Calidad.**

Los clientes reciben calidad garantizada por el operador, adicional a la ofrecida por cada servicio.

✓ **Seguridad.**

El cliente puede estar más protegido contra abusos y situaciones imprevisibles.

ii. Ventajas para el proveedor

✓ Programación.

Puede negociar con anticipación, establecer fechas y enfrentar la temporalidad más convenientemente.

✓ Ampliar mercados.

Permite introducir servicios nuevos, combinarlos con facilidades posicionadas y atraer segmentos diversos de clientes.

✓ Competitividad.

Enfrenta de mejor manera la competencia y reacciona más rápidamente ante la dinámica del mercado.

iii. Desventajas para el cliente

➤ Inflexibilidad.

Al ser un producto único, se compran todos los componentes del producto turístico, independientemente de que alguno no cumpla con las expectativas del cliente.

➤ Credibilidad.

El cliente debe asumir que el paquete ha sido bien diseñado y que ha acertado en la elección del operador.

➤ Información.

Deberá contar con mayor asesoría, ante el cúmulo de información en Sistemas Globales de Distribución, INTERNET y otros medios masivos.

g. Principios y factores para diseñar un paquete turístico.

i. Principios

• Planear cuidadosamente.

Incluye adecuar el paquete a las características y necesidades del mercado objetivo. Asegúrese de ofrecer lo que el cliente desea encontrar. No incluya aquello que no desearía hacer.

- Participación de todos los sectores involucrados para lograr beneficio integral.
Esto quiere decir que se deben involucrar en el diseño de los paquetes agroturisticos a todos los que tengan una participación directa o indirecta (Los que integran la asociación, PNC, Parroquia, operadores turísticos, etc.)
- Incluir actividades generadoras de demanda.
Esta actividad constituye la primera razón para comprar el paquete.
- Ofrecer ventajas comparativas
Ofrezca al cliente una ventaja que no tendría si comprara los componentes por separado. Puede ser un descuento o la inclusión de elementos “sin costo”.
- Determinar precios competitivos
El precio debe ser alcanzable para los diferentes segmentos de mercado y más atractivo que el de la competencia con similares características. La asociación debe tratar la manera de minimizar los costos de los asociados para poder ser competitivo. Además debe hacer una revisión de los precios de los asociados y la calidad del servicio prestado.
- Coordinar los detalles.
Defina responsabilidades y a quien acudir para afrontar posibles contingencias. Desarrolle sistemas para verificar todos los detalles y reconfirmar reservaciones.
- Ofrecer toda la información posible.
Tanto en la etapa de mercadeo, como en el momento de hacer las reservas y en desarrollo del programa, se debe tener toda la información necesaria: tipo de ropa, dinero requerido, estado del tiempo, cambios, entre otros.
- Definir una política justa de reembolso.
Debe contarse con una política oportuna y justa de reembolso, adecuada a circunstancias imprevisibles, como el estado del tiempo, el orden público, la

infraestructura. El cliente deberá tener ventajas razonables al establecer los procedimientos.

- Incluir componentes únicos.

Ofrezca componentes diferenciados “libres de costo” dando la sensación de buen precio y atención extra. Llaveros, camisetas emblemáticas, gorras, etc. están dando paso a atractivas sorpresas.

- Asegurarse de que el paquete es rentable.

La ganancia debe recompensar el esfuerzo y la rentabilidad debe asegurarse.

ii. Factores

- ✓ Clase de clientes y sus intereses.
- ✓ Tiempo y presupuesto disponible.
- ✓ Número y clase de atracciones generadoras de demanda y facilidades y servicios complementarios en el área.
- ✓ Clase y naturaleza de productos en el mercado (competencia).
- ✓ Eventos y Actividades. Se incluyen si representan el motivo principal y son generadores de demanda.

Además de lo anterior en el diseño del producto agroturístico, se debe tener en cuenta que éste debe poseer las siguientes características:

- ✓ Creativo. A la vez funcional, esto es, que se adapte a los requerimientos de la demanda.
- ✓ Diferenciado. Con valores agregados, entendidos éstos como aquel “plus” que se otorga y por el que no se cobra.
- ✓ Único. En un entorno cambiante.
- ✓ Innovador. Posibilidad de recrearse en función de la aparición de nuevas necesidades y expectativas.
- ✓ Competitivo. Adecuada relación calidad - precio. Aquel que tiene la mayor calidad posible al menor precio posible.

h. Desarrollo y estructuración de productos agroturísticos.

El desarrollo y la estructuración se harán en un orden lógico el cual se detalla a continuación:

✓ *Estructurar el producto*

Este tema se refiere a definir la combinación de servicios que definirán el producto y que incluye:

SERVICIO BÁSICO + SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Desarrollo del producto turístico contara con las personas que estarán involucradas en el desarrollo de los productos agroturísticos, deberán recibir una capacitación y contar con las respectivas guías que les permitan hacer el trabajo de diseño de manera eficiente y efectiva.

A continuación se detalla el proceso de estructuración:

1. ***Realización de inventarios:*** los inventarios de las zonas se harán a través de talleres organizados por alguna institución de la zona que dentro de sus objetivos este el de generar desarrollo socioeconómico. También se podrá contar con los diseñadores del presente modelo. Los inventarios necesarios que se deben generar son:
 - ✓ Facilidades turísticas (alojamientos, alimentación, etc.)
 - ✓ Atractivos turísticos (sitios naturales, bienes culturales, realizaciones artísticas, compras de artesanías o religiosas).
 - ✓ Actividades básicas (actividades agropecuarias, ganaderas, pecuarias).
2. ***Estructuración de los paquetes.*** El insumo principal para estructurar los paquetes agroturísticos son los inventarios ya mencionados. El siguiente paso es coordinar una reunión en la que se aplique la técnica Generación de ideas para determinar la secuencia y orden de los servicios que se prestaran, así como los componentes requeridos. Los pasos son los siguientes:
 - ✓ Generación de ideas de participantes en inventarios.
 - ✓ Selección de ideas.

El proceso mediante el cual se desarrollara la generación de ideas se detalla a continuación:

i. Generación de ideas a través de tormenta de ideas

¿Qué es la tormenta de ideas?

La tormenta de ideas consiste en dar la oportunidad a todos los miembros de un grupo, de opinar o sugerir en relación a un área de oportunidad y así aprovechar la capacidad creativa de los participantes.

Pasos para realizar la tormenta de ideas

1. Un coordinador presidirá la reunión y requerirá que los miembros sugieran áreas de oportunidad, preferiblemente de su área de trabajo.
2. El coordinador designara a un miembro como secretario y este estará a cargo de registrar lo acontecido en la reunión.
3. Cada miembro comenzara a expresar las ideas de las soluciones existentes u opciones que el considera viable.
4. No se deben hacer críticas a ninguna sugerencia.
5. El coordinador debe promover la cantidad de ideas y no la calidad.
6. La actividad debe concentrarse en el análisis del problema y no en la justificación del mismo.
7. Se debe estar abierto a las ideas de otros.
8. No existen ideas ni preguntas tontas, solo personas que no hablan.
9. El número de participantes en la sesión será de tres a ocho personas.

Los requisitos para el éxito de la actividad son responsabilidad del coordinador y de cada uno de los miembros que participen. A continuación se presentan los principales requisitos de cada uno de ellos:

El coordinador es responsable de:

- a. Seleccionar un lugar en donde los participantes se sientan cómodos y en el que exista una atmósfera agradable y de cordialidad.
- b. Dar la palabra a cada uno de los miembros por igual.

- c. Cortar la exposición de algunos miembros que hablan demasiado.
- d. Estimular la idea de los miembros que son tímidos.

Los miembros son responsables de:

- a. Respetar las ideas de los otros miembros aunque no este de acuerdo.
- b. Hablar de todo lo que se considere importante.
- c. Expresar las ideas en corto tiempo, para dar oportunidad a los otros.

Dentro de los invitados deben estar representantes de diversas instituciones: Parroquia, PNC, Operadores Turísticos, asociados, Unidad de Salud, Comandos de Salvamento, Fuerza Armada, Casa de la Cultura, etc.

ii. *Consideraciones para el diseño del proceso de prestación*

El diseño del proceso de prestación define y organiza cada uno de los pasos que contribuyen al buen desarrollo del viaje y que constituyen lo que en mercadeo se denomina **momentos de verdad**:

- ✓ **Búsqueda de información** – Contacto inicial con el punto de venta. La información inicial se proporcionara a través de: 1) tour operadores, 2) directamente a través de la asociación por medio de un promotor turístico, y 3) a través de ferias de turismo propiciadas por el ministerio de turismo.
- ✓ **Toma de decisión** – Reserva – Compra del producto ó paquete: Las reservaciones podrán ser realizadas a través de los tour operadores y directamente a través de la asociación de la asociación.
- ✓ **Transporte**: En lo referente al transporte se pueden tener algunas variantes:
 - **Transporte propio**: En el caso de personas que cuenten con vehículos propios. Este caso puede darse en familias o matrimonios recién casados.
 - **Transporte por parte de la asociación**: En el caso que se tengan reservas de personas que visiten las zonas de manera colectiva como en el caso de excursiones escolares.

- **Transporte dentro de las zonas donde se prestaran los servicios:** Este transporte será brindado por la asociación ya que requiere el uso de vehículos todo terreno
- ✓ **Alojamientos:** Los tipos de alojamientos que se podrán brindar en un inicio son los siguientes:
 - **Alojamientos en zonas rurales.** Estas son alojamientos en los que se cuentan con los servicios más básicos. El tipo de turista que buscara este tipo de alojamientos es el que prefiere gozar de la paz y tranquilidad en contacto con la naturaleza y el medio rural.
 - **Alojamientos en las casas de los asociados.** Que tengan la capacidad de albergar a por lo menos seis personas y que brinden las condiciones mínimas de seguridad e higiene a los turistas.
 - **Alojamientos en las cabeceras de los municipios.** Este tipo de alojamiento cuenta con todos los servicios básicos y otros adicionales. El turista que prefiere este tipo de servicios es mas curioso y esta mas interesado en conocer las costumbres de la localidad y participar en las actividades que se realicen en el municipio.
- ✓ **Alimentación:** El tipo de alimentación que se proporcionara en la zona no es del tipo gourmet, ya que lo que se pretende vender es la imagen agrícola y cultural de la zona por lo que todas las actividades deberán ser afines a las mencionadas.
- ✓ **Contacto con el Destino - Excursiones locales – guianza:** En esta parte se incluye las visitas a las plantaciones , sitios ganaderos, creación de artesanías y excursiones a lugares locales (montañas , recorridos por la ciudad)
- ✓ **Eventos o espectáculos:** Estos eventos pueden ser culturales, religiosos o de tipo tradicional (Ej. Danzas de grupos artísticos, procesiones religiosas, pastorelas, jaripeos, etc.).

En cuanto al contacto con el destino y eventos o espectáculos, en ambos casos se contará con la ayuda de guías turísticos, los cuales serán contratados por la asociación. Las visitas a plantaciones agrícolas y a lugares artesanales serán también dirigidas por los mencionados guías.

4. Desarrollo de los elementos del subsistema.

a. Producto agroturístico.

A continuación se detalla el proceso mediante el cual se obtendrán los inventarios y los instrumentos que se requerirán:

i. Taller para el inventario de productos agroturísticos

El objetivo de este taller es realizar un inventario de los atractivos que se encuentran en las zonas modelos. Para la realización del proceso de inventario es necesario que se establezcan los contactos pertinentes para que mediante la ayuda de alcaldía, ONG's, Asociaciones, ADESCO y todas las instituciones que tengan contacto directo con la población rural ayuden a dar a conocer lugar y fecha de las reuniones, en los talleres es necesario la participación de representantes de tour operadores, parroquia, comandos de salvamentos, casa de la cultura, unidad de salud.

1. Llenar una solicitud donde se conozca información general del participante.

CUADRO 30 FORMATO DE INFORMACIÓN GENERAL DEL PARTICIPANTE

NOMBRE DE LA PERSONA	DIRECCIÓN Y/O UBICACIÓN	MOTIVO DE LA PARTICIPACIÓN EN EL TALLER

2. Una vez dado a conocer lo anterior se conformarán 9 mesas de trabajo tomando en cuenta los factores de evaluación para llevar a cabo el agroturismo antes mencionados, estableciendo varias mesas de trabajo de forma representativa.

CUADRO 31 FORMATO DE DISTRIBUCIÓN DE TEMAS POR MESA

No DE MESA	INTEGRANTES		FACTORES
	MIN	MAX	
Mesa 1	2	5	Actividades Agropecuarias Sitios Turísticos
Mesa 2	2	5	Actividades Artesanales Recursos Naturales

3. Cada mesa de trabajo debe relacionar, mediante el cuadro siguiente, un inventario y descripción de los principales atractivos disponibles para el turista o visitante.

Se debe realizar una descripción general. En esta casilla se detallara todos aquellos elementos que se puedan desarrollar en el producto agroturístico.

CUADRO 32 FORMATO DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS

No DE FACTOR	NOMBRE DEL FACTOR	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES
1	Actividades Agropecuarias	
2	Sitios Turísticos	
3	Actividades Artesanales	
4	Recursos Naturales	

ii. *Taller para el establecimiento de las facilidades*

1. A través del encargado de desarrollo de paquetes agroturísticos se programaran visitas a aquellos miembros que participaron en el taller donde se enumeraron los diferentes atractivos agroturísticos y que manifiestan tener una facilidad que contribuya al servicio agroturístico

2. El encargado de desarrollo de paquetes agroturísticos usara el formato adjunto, haciendo un inventario de las principales facilidades o servicios ofrecidos al turista o visitante en el municipio teniendo en cuenta:
 - a. Nombre del establecimiento de interés agroturístico. Analice elementos como localización, tamaño, atraktividad.
 - b. Dirección del mismo.
 - c. Rango de tarifa aproximado que ofrece.
 - d. Descripción general que justifique porqué la facilidad ha sido tenida en cuenta.

CUADRO 33 FORMATO PARA INVENTARIO DE FACILIDADES TURÍSTICAS

Región o zona: _____

Facilidad/Servicio: Alojamiento, Alimentación, Esparcimiento y participación, Transporte especializado, guía, otros.

FACILIDAD QUE OFRECE	UBICACIÓN	RANGO DE TARIFA	DESCRIPCIÓN GENERAL

La estadía de los turistas puede variar de acuerdo a la cantidad de tiempo o los recursos económicos disponible asignados a la adquisición de un servicio agroturístico, por lo que a continuación se presenta el siguiente cuadro

CUADRO 34 FORMATO PARA ESTADÍA DE LOS TURISTAS

CONTROL DE ESTANCIAS DEL LUGAR.						
No	LUGAR DE ESTADÍA	DIRECCIÓN	TIPO DE ESTADÍA		DESCRIPCIÓN DEL LUGAR	PRECIO
			SCL	DBL		
1						
2						
3						
4						

✓ Sistema de información para el buen trato al cliente

El análisis desde el punto de vista de ingeniería industrial tiene que estar enfocado a coordinar la llegada del turista de tal manera que sea atendido con efectividad y eficiencia por lo que a continuación se presenta un sistema de información que ayuda a alcanzar este propósito.

i. Sistema de información para el buen trato al cliente

A continuación se presenta el diseño de un sistema de información que permitirá facilitar el proceso de prestación de los productos turísticos, planificación de prestación de servicios turísticos, estructurar registros históricos, etc. Hacemos la aclaración de que nuestra participación en el diseño es desde el punto de vista conceptual, es decir: determinación de fuentes, terminales y formas para recavar la información

ii. Justificación del sistema de información.

Es necesario tener en cuenta que cuando el cliente adquiere un producto turístico, la asociación ASO AGROTUR, debe poseer un mecanismo que garantice que al vender dicho producto no se este sobrepasando la capacidad instalada y de esa manera causar una insatisfacción al turista. Por otro lado, también se necesitan tener registros históricos de la

afluencia de los turistas recibidos por la asociación para: realizar análisis de ventas y determinar productos que no satisfacen a los clientes, trasladar ingresos a libros contables y realizar una mejor planificación en la prestación de servicios y de esa manera optimizar los recursos de los asociados.

Dado a lo anterior podemos decir que se justifica el hecho de poseer un sistema de información que nos permita facilitar las tareas anteriores.

iii. Usuarios y requerimientos de información.

En el siguiente cuadro se presenta los usuarios del sistema y la información que requerirán:

Usuario	Insumo	Producto	Utilización de información de insumo
Cientes	Promoción		<p>Recibo. Lo utilizara como constancia de pago</p> <p>Requisición. Instrumento de respaldo para exigir productos turísticos, en caso de ser necesario.</p> <p>Cotización. La utiliza como un medio de comparación en el proceso de decisión de compra</p>
Depto. Ventas	Peticiones de cotizaciones y compras de los productos.	1. Recibos 2. Requisición 3. Listado de reservaciones	<p>Requisición. Le permitirá sobre la base de las hojas de cotización elaborar análisis de las ventas de los productos (desempeño de ventas, productos insatisfactorios, etc.)</p>
Desarrollo de producto	1. Capacidad instaladas de asociados	Capacidad instalada de paquetes. Informara a los operadores así como al depto. de ventas el máximo de productos turísticas a vender	<p>Listado de reservaciones. Permitirá hacer una mejor planificación en sus actividades de prestación de servicio y optimizar recursos de asociados</p> <p>Requisiciones. Le permitirá tomar las medidas adecuadas para la prestación de servicios extras que requiera el turista</p>





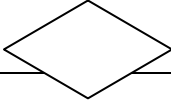
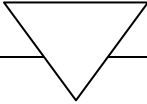


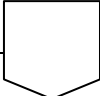
iv. Entradas y salidas de información.

Departamento	Entrada	Salida
Ventas	El cliente le proporcionara datos de las características del servicio que comprará	<ul style="list-style-type: none"> • Recibos. Se le entregaran al cliente y al departamento de contabilidad. • Hojas de requisición. Se le entregaran al cliente y al departamento de desarrollo de producto • Listado de reservaciones. La cual se le entregará al departamento de desarrollo de servicio
Desarrollo de producto	<ul style="list-style-type: none"> • Hojas de requisición • Listado de reservaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de reservaciones máximas. Se le informará a cada operador turístico y al departamento de ventas el máximo de reservaciones que podrán vender según una programación que hará y la comunicara con el suficiente tiempo de anticipación.
Contabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Facturas 	Ninguna

A continuación se presenta posprocedimientos que se utilizaran para extender cotizaciones y para realización de las ventas:

v. Simbología utilizada para la descripción de los procedimientos.

Se utiliza la simbología que a continuación se indica debido a que con ello se espera facilitar el entendimiento de los procedimientos.

SÍMBOLO	NOMBRE	DESCRIPCIÓN
	INICIO / FIN	Señala el inicio y la finalización del procedimiento.
	ENTRADA / SALIDA DE DATOS	Indica el envío o entrega de datos a otro departamento o persona, también se utiliza para indicar la recepción y solicitud de información tanto escrita como oral.
	OPERACIÓN	Representa trabajo productivo, ya sea realización de cálculos y elaboración o modificación de documentos al agregar o eliminar parcialmente la información contenida en ellos.
	IMPRESIÓN	Indica la impresión de un documento.
	DECISIÓN	Representa un punto del procedimiento en el que existen dos opciones para continuar y debe tomarse una decisión.
	ARCHIVO	Indica el almacenamiento o archivado de un documento.
	PROCESO NO REPRESENTADO	Representa un proceso cuyos detalles no interesan para el presente análisis, por lo que no se muestra en detalle la secuencia de sus actividades
	CONECTOR EN MISMA PAGINA	Indica que el procedimiento continúa con otra actividad indicada en la misma página.
	CONECTOR EN PAGINA DIFERENTE	Indica que el procedimiento continúa con otra actividad indicada en otra página.

ASO AGROTUR	
DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO – propuesto	HOJA 1 de 1
NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: Elaboración de hoja de cotización.	
OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO: Proporcionar al cliente el precio del paquete turístico que desea, incluyendo cualquier tipo de servicio adicional que desee	
INICIO DEL PROCEDIMIENTO: Cliente solicita cotización	
FIN DE PROCEDIMIENTO: Vendedor proporciona hoja de cotización y detalles del precio.	
PRODUCTOS DEL PROCEDIMIENTO: Hoja de cotización del paquete turístico	

PUESTO	PASO	DESCRIPCIÓN
Cliente	01	Solicita una cotización al vendedor del paquete que le interesa.
Vendedor	02	Revisa si en la hoja de reservaciones hay espacio
Vendedor	03	Si no hay espacio, propone al cliente otro paquete
Vendedor	04	Si hay espacio, pregunta al cliente si desea otro servicio extra.
Vendedor	05	Si el cliente desea otros servicios adicionales, obtiene y agrega el dato a la hoja.
Vendedor	06	Si el cliente pregunta por descuento, verifica la posibilidad en lista de paquetes con descuentos.
Vendedor	07	Si es posible el descuento, obtiene y agrega el dato a la hoja.
Vendedor	08	Imprime la hoja de cotización
Vendedor	09	Proporciona la hoja de cotización al cliente.

ASO AGROTUR, procedimiento administrativo

Nombre: Elaboración de hojas de Cotización

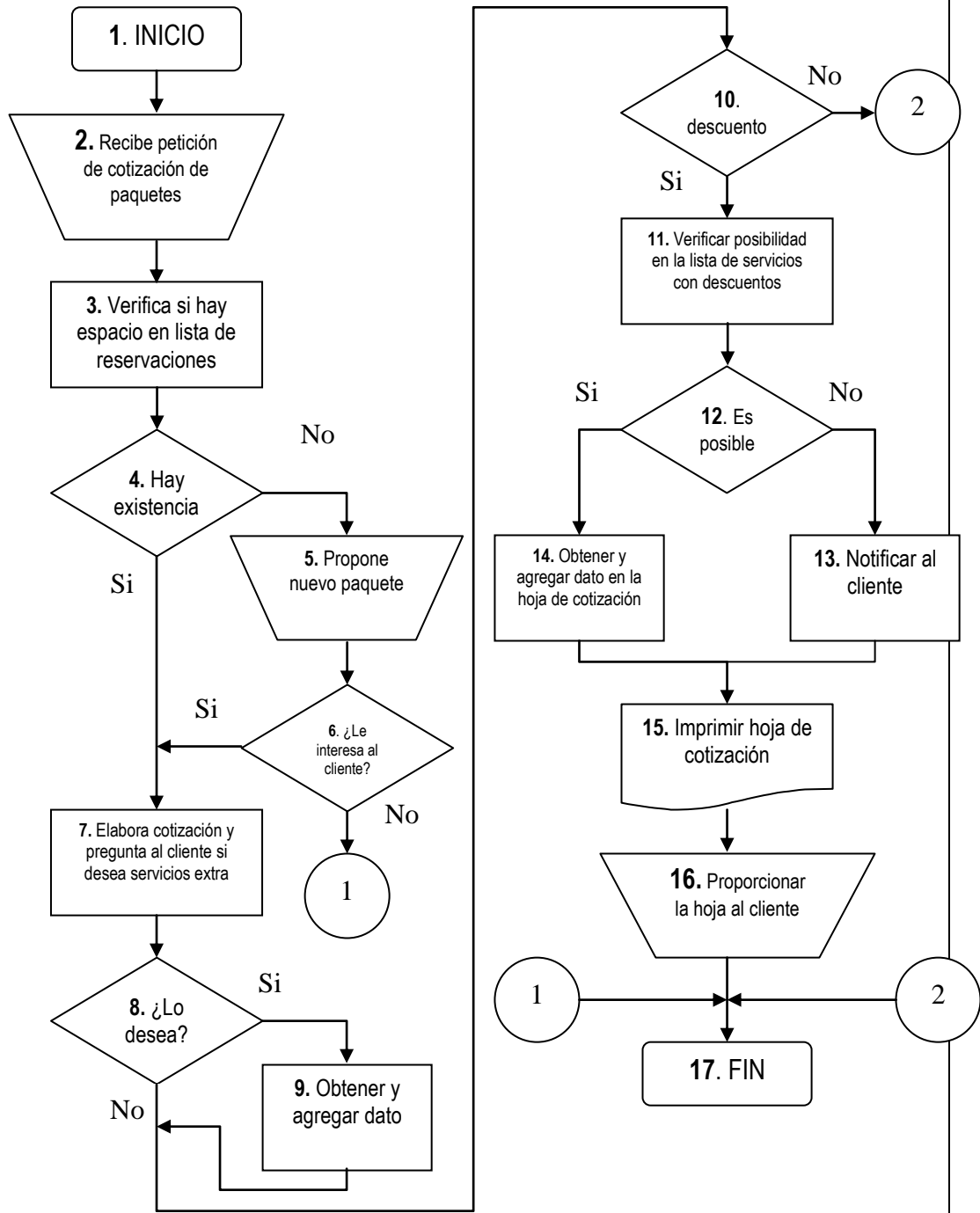
Situación: Propuesto

Pág 1 de 1

Elaboró: PB96011

Fecha: 19-05-2002

VENTAS



ASO AGROTUR	
DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO – propuesto	HOJA 1 de 1
NOMBRE DEL PROCEDIMIENTO: Venta	
OBJETIVO DEL PROCEDIMIENTO: Especificar en detalle el procedimiento que deberá seguir el vendedor cuando realice sus labores.	
INICIO DEL PROCEDIMIENTO: Cliente solicita paquete agroturístico	
FIN DE PROCEDIMIENTO: El Vendedor envía hoja de requisición y listado de reservaciones al departamento de desarrollo del producto.	
PRODUCTOS DEL PROCEDIMIENTO: Factura, hoja de requisición y listado de reservaciones	

PUESTO	PASO	DESCRIPCIÓN
Vendedor	01	Recibe petición de compra de producto agroturístico
Vendedor	02	Con base a hoja de cotización elabora factura y hoja de requisición al cliente. Pregunta primero si no hará cambios
Vendedor	03	Si hay cambios con respecto a los servicios contemplados en las cotizaciones, hace efecto los cambios y elabora factura y hoja de requisición.
Vendedor	04	Proporciona al cliente factura y copia de hoja de requisición.
Vendedor	05	Envía hoja de requisición y listado de reservaciones al departamento de desarrollo de producto

ASO AGROTUR, procedimiento administrativo

Nombre: Elaboración de hojas de Cotización

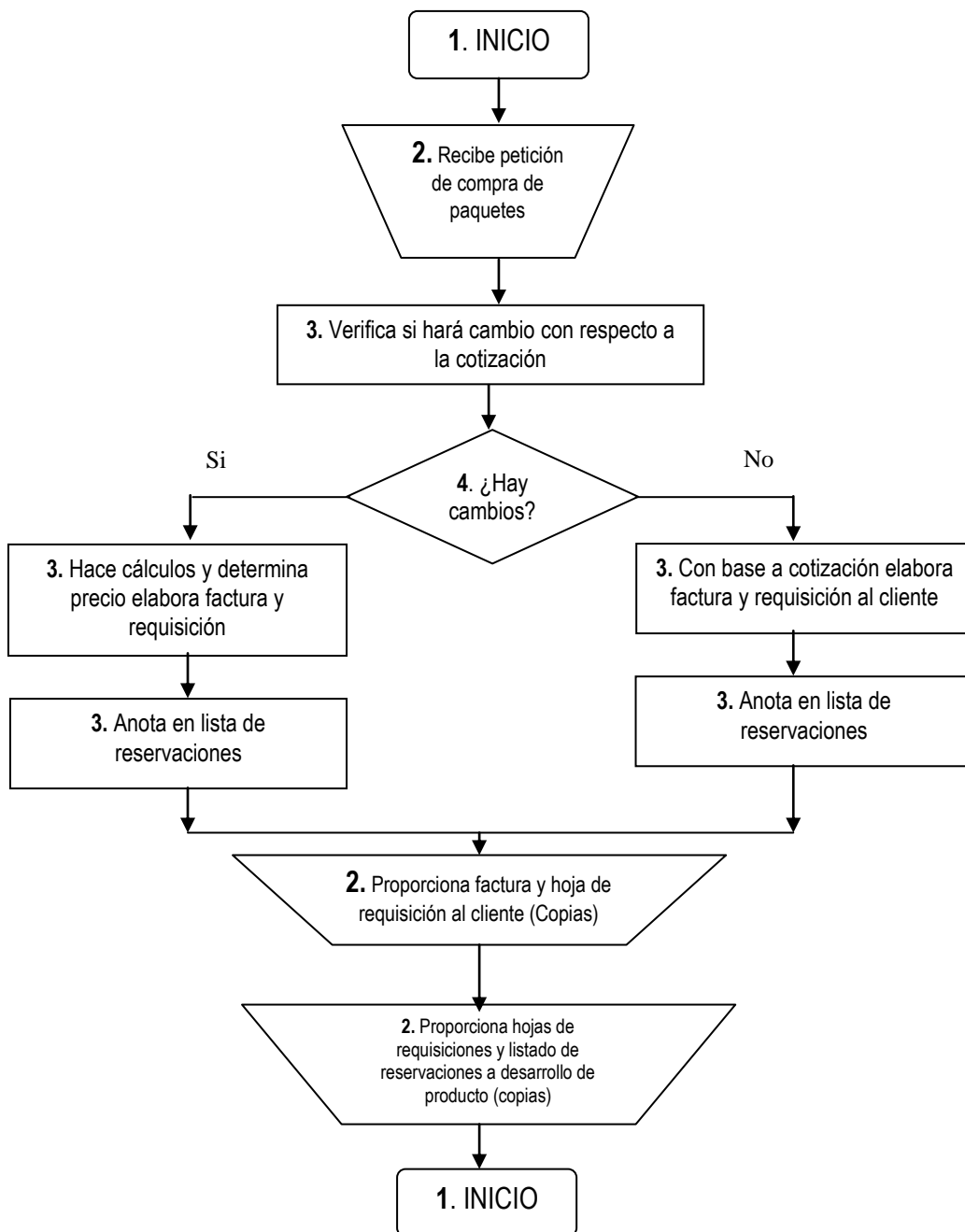
Situación: Propuesto

Pág 1 de 1

Elaboró: PB96011

Fecha: 19-05-2002

VENTAS



vi. Utilización de Instrumentos

Los productos del procedimiento venta son: Recibos, Hojas de requisición de productos y la obtención del listado de reservaciones. A continuación se explica para que utilice la información que se obtendrá en cada uno de estos instrumentos:

Recibo. El recibo se utilizará para que el cliente pueda hacer constar que ha pagado los servicios que está solicitando, además de que con este instrumento será el insumo para trasladar esa información a los libros contables.

Hoja de requisición. La hoja de requisición tiene varias utilidades, pues es con ella que el cliente hace constar que clase de servicios va a recibir durante su estancia en el lugar y el departamento de desarrollo de producto a través de esta información puede coordinarse en sus actividades y planificar los servicios que se le van a prestar al turista.

Listado de reservaciones. Los listados de reservaciones no permiten que se sobrepase la capacidad instalada de los servicios que la asociación tendrá a disposición para la venta. Una vez que el Gerente de desarrollo del producto a determinado cual es la capacidad instalada de cada miembro de la asociación, en conjunto con el Gerente del departamento de ventas y el Gerente general determinaran cual va a ser el máximo de productos que venderá la asociación y los operadores turísticos

HOJA DE REQUISICIÓN

Venta realizada por: (Especificar si es un operados turístico o la venta ha sido de la asociación)

Cliente: _____ Telefono: _____

Fecha: _____

Código del paquete agroturístico: _____

- **Paquete Agro turístico comprado**

Tipo A

Tipo B

Tipo D

- **Transporte**

Origen: Dirección completa

No. De Personas: _____

- **Otros servicios o productos**

Estacionamiento: _____

Revistas turísticas: _____

Otros: _____

LISTADO DE RESERVACIONES

Paquete: Clase de paquete

Procedencia: (Nombre de tour operador o asociación)

Código del paquete: _____

Cantidad máxima de reservaciones en total: _____

No	Nombre del cliente	Cantidad
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
TOTAL		

5. APLICACIÓN

a. Realización del inventario.

En primer lugar se deben de detallar los datos generales de los participantes en el taller. Como se menciona antes estos deben de ser los miembros de la asociación, representantes de la PNC., Parroquia, en fin todos los que participen en el modelo y que tengan pleno conocimiento de la zona así como también representantes de los operadores de turismo. En la aplicación, los participantes serán los diseñadores del modelo y el inventario se realizara sobre la base de investigaciones previas.

NOMBRE DE LA PERSONA	DIRECCIÓN Y/O UBICACIÓN	MOTIVO DE LA PARTICIPACIÓN EN EL TALLER
Rosario Lissette Hernández	FIA Escuela de ingeniería Industrial	Ejemplo
Ángel Armando Yáñez	FIA Escuela de ingeniería Industrial	Ejemplo
Guillermo Antonio Palacios	FIA Escuela de ingeniería Industrial	Ejemplo

El siguiente paso consiste en la creación de las mesas de trabajo. En la realidad se pretende que se conformen con la participación de personas de la zona y de ciertos sectores, pero en este caso práctico se realizara solamente con los tres participantes que se especificaron por lo cual solo se contara con una mesa de trabajo la cual hará el inventario completo.

FORMATO DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS

No DE FACTOR	NOMBRE DEL FACTOR	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES
1	Actividades Agropecuarias	<p>1. Municipio de Comalapa</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Visitas a plantaciones hortenses 2. Visitas de cultivos frutícolas y de granos básicos 3. Visitas a crianza de ganado porcinos 4. Visitas a crianzas de ganado vacuno 5. Visitas a crianzas de aves de corral 6. Caminatas por senderos del río Azambio y los cerros del lugar <p>2. Municipio de El Carrizal</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Visitas a plantaciones hortenses 2. Visitas de cultivos de frutas cítricas y de granos básicos 3. Visitas a crianza de ganado porcinos 4. Visitas a crianzas de ganado vacuno 5. Visitas a crianzas de aves de corral 6. Caminatas por senderos del río Sumpul y los cerros Tepecinte, El volcancillo y El Cerron <p>3. Municipio De San Luis Del Carmen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Visitas de cultivos de árboles frutales y de granos básicos 2. Visitas a crianza de ganado porcinos 3. Visitas a crianzas de ganado vacuno 4. Visitas a crianzas de aves de corral 5. Recorrido en cayuco por las riveras del río Lempa.
2	Sitios Turísticos	<p>En la actualidad no hay sitios turísticos en los tres municipios, por lo cual en el futuro se podría pensar en alguna inversión de este tipo para proporcionarle mayor atractivo a las actividades turísticas de la zona.</p>
3	Actividades Artesanales	<p>1. Municipio de Comalapa</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Visitas a talleres artesanales que se dedican a la fabricación de artículos de henequén 2. Visitas a talleres artesanales que se dedican a la fabricación de atarrayas 3. Visitas a talleres familiares de elaboración de bordados a mano
4	Recursos Naturales	<p>1. Municipio de Comalapa</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Río Azambio, el cual tiene un recorrido dentro del municipio de 10 Kms. 2. Cerros Casampulga, el Cerrón, Volcancillo y

		<p>algunos otros que son parte de la cordillera La Montañona</p> <p>3. Quebradas Los guerra, El Achotal, El Playón, Los Gonzales, Gualcamera, etc.</p> <p>2. Municipio de El Carrizal</p> <p>1. Rio Sumpul, penetra al municipio al NO. Del pueblo El Carrizal sirviendo de limite internacional entre las republicas de Honduras y El Salvador</p> <p>2. Cerros Tepesinte, el Cerrón, Volcancillo y algunos otros que son parte de la cordillera La Montañona</p> <p>3. Quebradas Grande, El Encuentro, El Chupadero, Potrerios, etc</p> <p>3. Municipio De San Luis Del Carmen</p> <p>1. Rio Lempa y Altina.</p> <p>2. Quebradas El Zapote, Las Pilonas, Agua Zarca, El Macho, Las Tabernas y La Petaquilla.</p> <p>3. Cerros El Jicaro, Las Mesas, El Bonetio, Santa Barbara</p>
--	--	---

b. Establecimiento de las facilidades

Como en el caso anterior este inventario de establecimiento de facilidades se realizará con la participación de las tres personas que se mencionaron anteriormente.

A continuación se realizará un inventario de las principales facilidades o servicios ofrecidos al turista o visitante en el municipio teniendo en cuenta:

- ✓ Nombre del establecimiento de interés agroturístico. Analice elementos como localización, tamaño, atraktividad.
- ✓ Dirección del mismo.
- ✓ Rango de tarifa aproximado que ofrece.
- ✓ Descripción general que justifique porqué la facilidad ha sido tenida en cuenta.

FORMATO PARA INVENTARIO DE FACILIDADES TURÍSTICAS

Región o zona: _____

Facilidad/Servicio: Alojamiento, Alimentación, Esparcimiento y participación, Transporte especializado, guía, otros.

FACILIDAD QUE OFRECE	UBICACIÓN	RANGO DE TARIFA	DESCRIPCIÓN GENERAL
Restaurante	Centro de Carrizal, contiguo a Alcaldía Municipal	Variada	Comida casera
Estancia	Comalapa	\$ 10.00	Todas las habitaciones poseen las mismas características y son maximo para dos personas

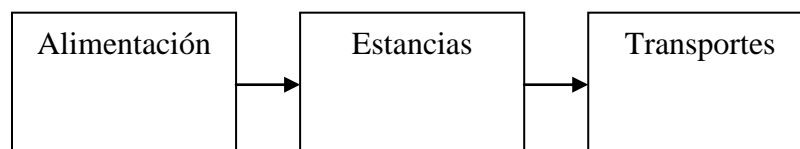
c. Estructuración de los paquetes agroturísticos

Debido a que no se conocen los lugares o atractivos turísticos de manera puntual ya que obtener ese tipo de información requiere de una gran inversión de recursos procederemos a elaborar un paquete modelo el cual nos proporcione cierta ayuda para fines de demostración:

Actividades agroturisticas



Servicios complementarios



En la realidad cada una de las actividades anteriores debe de especificarse de manera concreta. Ejemplo: Visita a plantación de repollos ubicado las riveras del río Sumpul en el cantón Petapa. Esto se realizara de manera sencilla por los concedores de la zona los cuales serán los actores principales de la creación del modelo. Lo anterior solamente pretende ejemplificar la forma en la cual se debe de estructurar.

c. Bases para la determinación del precio de los paquetes agroturísticos

El encargado de establecer el costo y precio de los paquetes agroturísticos es el Jefe del departamento de Desarrollo de Producto; dicho puesto será el autorizado para formar los rangos permisibles para el costo de las principales actividades, atractivos y servicios que pueden tomarse en cuenta para mejorar los paquetes.

La persona que ocupe este puesto desarrollara los costos y precios en base a lo siguiente:

1. El alojamiento estará definido en base a la cantidad de personas que pueden recibir los asociados en sus hogares de acuerdo a lo que contestaron en las encuestas de la etapa de diseño, para las tarifas que cobrarían por el alojamiento se ha tomado en cuenta los precios de algunos de los lugares que se encuentran en la zona de Chalatenango tales como hostel Miramundo y hotel Entre Pinos.
2. La alimentación será definida de acuerdo a una serie de platillos que se puedan ofrecer en las zonas modelos, siendo estos costeados para estimar aquellos que pudieran ser los mas caros y completos y los mas económicos.
3. El transporte se realiza sobre la base de los costos actuales de la gasolina, la distancia máxima recorrida y otros costos como por ejemplo recurso humano necesario y depreciación.
4. Los atractivos son los servicios que los agricultores, artesanos, ganaderos y la asociación ofrecen (por prestar servicios de guianza a través de sitios naturales y agropecuarios) a los turistas. Los costos relacionados a estas actividades básicamente están conformados por los servicios prestados por los guías turísticos. Es importante mencionar que los precios se han tomado como referencia el valor de la entrada a lugares similares que se encuentran en el país, siendo la principal fuente el ISTU.

5. Desarrollo de productos agroturísticos En este rubro se presentan los costos de realizar productos nuevos y básicamente se generan por los salarios a pagar por las personas que trabajaran de manera permanente en dicha actividad.
6. Costos de administración. Son los provenientes de realizar las funciones administrativas dentro de la asociación, en éste se deben incluir los siguientes:
 - ✓ Mano de obra
 - ✓ Agua, energía eléctrica, teléfono
 - ✓ Alquiler de local
 - ✓ Papelería
 - ✓ Equipo de oficina
7. Costos de comercialización. En éste deben incluir los costos relacionados con las actividades de comercialización, es decir como se harán llegar los paquetes agroturísticos al turista.

Se considerarán los siguientes rubros:

- ✓ Mano de obra
- ✓ Agua, energía eléctrica.
- ✓ Promoción y publicidad

C. SUBSISTEMA VENTAS

1. Introducción

La venta del paquete agroturístico es el medio a través del cual, la asociación recupera los gastos en que ha incurrido ya sea investigación, materiales, pago de trabajadores, gastos varios, etc.

Desde esta perspectiva este elemento que forma parte la asociación debe dársele atención especial y hacer un análisis profundo de las actividades claves que este involucra.

Si específicamente nos referimos a la forma en que se llevarán a cabo las ventas en la asociación diremos que debe ser de una forma clara y sencilla.

2. Objetivos

- ✓ Determinar por medio de una técnica de pronósticos las ventas futuras del paquete agroturístico.
- ✓ Conocer cuales serán las estrategias de ventas que deben seguirse para lograr que el paquete genere los beneficios económicos esperados
- ✓ Determinar cuales serán los canales de comercialización idóneos para esta modalidad de turismo.
- ✓ Establecer los medios de promoción que se utilizarán, para dar a conocer los paquetes agroturísticos.
- ✓ Establecer una metodología de investigación de mercados para el desarrollo de nuevos paquetes, así como para determinar los problemas que surgen en la prestación del servicio.

3. Elementos del subsistema ventas

- a. Pronostico de Ventas
- b. Estrategias de Ventas
- c. Canales de Comercialización
- d. Promoción
- e. Mercadeo

4. Desarrollo de los elementos del subsistema ventas

a. Pronósticos de Ventas

El objetivo primordial de los pronósticos es reducir la incertidumbre acerca de lo que puede acontecer en el futuro proporcionando información cercana a la realidad que permita tomar decisiones sobre los cursos de acción a tomar en el futuro.

Los pronósticos son una de las herramientas fundamentales para la toma de decisiones dentro de las organizaciones.

i. Selección del método de pronósticos

Los factores que se deben tomar en cuenta al momento de realizar un pronóstico son los siguientes:

El contexto del pronóstico

La relevancia y disponibilidad de datos históricos

El grado de exactitud deseado

El periodo de tiempo que se va a pronosticar

El análisis costo-beneficio del pronóstico

El punto del ciclo de vida en que se encuentra el producto

El método que se describe a continuación es utilizado cuando se quiere determinar el pronóstico de venta a partir de una serie histórica.

Método de Mínimos Cuadrados: Es un método matemático desarrollado para uniformizar una familia de curvas de manera de hacer tengan una línea recta.

Se necesita que la serie de datos históricos sigan la tendencia de una línea recta, o sea $Y = a + bX$ para ello se auxiliará de las siguientes ecuaciones:

$$1. \sum Y = na + b\sum X$$

$$2. \sum XY = a\sum X + b\sum X^2$$

Los pronósticos son uno de los insumos más importantes de operación que disponen los administradores para ayudarse en el proceso de toma de decisiones.

b. Estrategias de Ventas.

El concepto de estrategia se define como un curso de acción conscientemente deseado y determinado de forma anticipada, con la finalidad de asegurar el logro de los objetivos de la empresa. Normalmente se recoge de forma explícita en documentos formales conocidos como planes.

Los enfoques clásicos del concepto de estrategia la definen como un "proceso a través del cual el estratega se abstrae del pasado para situarse mentalmente en un estado futuro deseado y desde esa posición tomar todas las decisiones necesarias en el presente para alcanzar dicho estado."

De esta definición se destaca el concepto de estrategia como un plan puramente racional y formal que se define hacia el futuro con total prescindencia del pasado.

c. Canales de Comercialización

En los mercados, el alojamiento físico y psicológico entre las empresas y los potenciales clientes es tal que el recurso de los intermediarios es necesario para permitir un encuentro eficiente entre la oferta y la demanda. La necesidad de un canal de comercialización para comercializar un servicio, procede de la imposibilidad de las empresas de asumir completamente las tareas y las funciones que suponen las relaciones de intercambio, conforme a las expectativas de los clientes potenciales.

Los canales de comercialización que las empresas utilizan para sus servicios son indispensables, ya que de éste depende que lleguen al consumidor final. También es una estructura formada por las partes que intervienen en el proceso del intercambio competitivo, es decir, la asociación, los intermediarios y los clientes.

i. Clasificación de los Canales de Comercialización.

Los canales de comercialización se clasifican basados en el número de intermediarios en la comercialización del producto, estos son:

• Canal de Comercialización Directo.

En éste no participan los intermediarios que tomen el título de propiedad, el productor vende directamente al consumidor o al usuario final. Es decir que es las empresas se encargan de llevar el servicio directamente al cliente.

• Canal de Comercialización Indirecto

En los canales de comercialización indirectos uno o varios intermediarios toman el título de propiedad, también de acuerdo al número de intermediarios que hay entre las empresas y los clientes se dice que es un canal corto o largo.

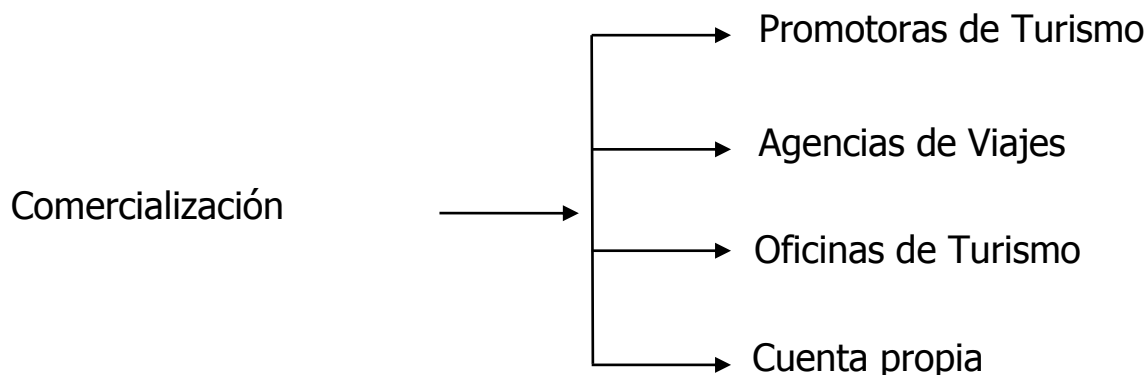
Importancia de los Canales de Comercialización.

Por medio de los canales de comercialización se llega a una mayor cobertura del mercado, como también llevar oportunamente y en el lugar adecuado el producto, dando como resultado que los servicios sea accesible su adquisición. Es decir que por medio de los

canales o intermediarios se minimiza la pérdida de tiempo en la fuerza de venta y se hace factible la búsqueda del servicio por parte del consumidor.

Esquemáticamente se puede representar de la siguiente forma:

FIGURA 3: ESQUEMA DE CANALES DE COMERCIALIZACIÓN



d. Promoción de los paquetes:

Una publicidad y divulgación de informaciones bien hechas y sistemáticas hacia los clientes potenciales son fundamentales para el éxito de las agroturismo ya que, por las características que le son propias tienden a estar dispersas en el territorio y no a lo largo de los caminos más comúnmente recorridos.

Así se requiere de la edición de guías o folletos especiales para divulgar las actividades de agroturismo (alojamiento, actividades, fechas especiales, recursos naturales y culturales), condiciones bajo las cuales se desarrollan y el camino a seguir para llegar hasta ellas. Complementariamente, se recomienda la incorporación de esta información en guías existentes de amplia divulgación. Es necesario distribuir estos folletos en las agencias de viaje(internacionales, nacionales y locales), hoteles y hospedajes que tienen como clientes al tipo de turistas hacia los cuales se dirige la oferta o que podrían interesarse en este tipo de oferta y también en la oficinas de información turística a la entrada al país (aeropuertos, puestos fronterizos, terminales de autobuses), en las gasolineras, en los parques nacionales, así como en las distintas localidades mismas donde existe la posibilidad de participar en

actividades agroturísticas. Hacer regularmente reportajes en la prensa escrita y televisiva también es importante.

Los medios que pueden ser utilizados para promocionar el agroturismo podemos mencionar:

Internet: Medio que puede ser utilizado por los establecimientos que se dediquen al agroturismo para difundir y promocionar. Ya que existe la facilidad de confeccionar una página o llegar al público por medio del correo electrónico, y puede publicarse en páginas oficiales el contenido de datos sobre las principales características de la oferta, también tiene importancia la función de la asociación y sus asociados. Sin ningún lugar a dudas es un excelente canal para ampliar información. El gran desafío de parte de los responsables de dichas páginas, es tener datos actualizados, chequear y responder como máximo una vez cada 24Hs. los mensajes. Éste instrumento, debe ser ponderado como complemento para la comercialización.

Las ferias y exposiciones: Tanto las de carácter general como las específicas por producto, son espacios donde es importante tener una presencia continua a lo largo de los años. La mejor manera de participar en las mismas; en sus catálogos, también con material institucional del producto a nivel de los gobiernos oficiales. Justamente las ferias son eventos destinados a la promoción y, en ciertos casos, al cierre de negocios, previo proceso de negociación.

Los diarios. Cabe destacar que aquellos establecimientos que logran que algún diario local les publique una nota sobre sus actividades turísticas, tienen una respuesta muy importante de parte de la demanda. Aunque es una dificultad mantener una presencia constante en éste medio, ya que requiere de una fuerte inversión en publicidad durante todo el año, la asociativa juega un papel importante ya que puede gestionar crédito a las agencias publicitarias. El desafío es pautar con los medios para lograr notas con la mayor periodicidad posible, reflejando un establecimiento por vez, y asegurando así, la presencia de todos a lo largo del tiempo.

Guías de turismo: Será confeccionada por la asociación, otras por el sector público y en otras oportunidades por empresas privadas. Ciertamente, que todo establecimiento que se dedique al agroturismo, debe participar de las principales publicaciones por ser éste un

material muy consultado. Sería importante incorporar a ésta información los datos de la pagina Web para poder comunicar, de manera rápida, los posibles cambios y /o modificaciones ya que, la principal dificultad de las guías escritas es la corta vida de los datos publicados.

Las revistas del sector turismo: Llega directamente al público y resulta un instrumento para la promoción y apoyo de la comercialización. En los países de la región existen diversas publicaciones para segmentos específicos debiendo orientarse las notas y la promoción al perfil de cada editorial, para lograr así, mejores resultados.

La asociación: Tiene un papel activo en la promoción. Deben contar con una página Web, guías y en algunos casos, organizar viajes de prensa en coordinación con las autoridades gubernamentales. Asociarse es una excelente manera de obtener instrumentos de promoción a menores costes que la individual, el hecho de agruparse suma valor porque da una imagen institucional que brinda respaldo a cada establecimiento.

En la medida de que siga en crecimiento la cantidad de establecimientos que optan por el agroturismo, en cada uno de los países, seguramente crecerán de manera proporcional las asociaciones que los agrupen, representen sus intereses y realicen acciones de promoción.

Los programas de TV: Que abordan la temática del turismo en general. Es casi imposible desarrollar una promoción del agroturismo de manera individual y hasta en algunos casos sería muy difícil hacerla de manera asociada. Entonces, es necesario recalcar la importancia de encarar la promoción del agroturismo conjuntamente con las áreas de gobierno pertinentes (Ministerio de Turismo)

Las radios: Sería un instrumento poco utilizado pero de alto impacto siempre que se tenga una estrategia de comunicación que asegure continuidad y, por sobre todo, mensajes directos para el público objetivo. Se considera a éste, un medio con posibilidades de aportar mucho en la promoción y difusión del producto agroturístico.

Las estrategias que se proporcionan a continuación permitirán a la empresa lograr una penetración y mantenimiento en el mercado:

- ✓ La promoción debe realizarse de manera sencilla, aprovechando el interés que puedan mostrar los clientes potenciales con esta nueva modalidad de turismo.

- ✓ Se debe de innovar los productos agroturísticos, de forma que mantenga el interés de los clientes actuales y nuevos.
- ✓ Se deben de realizar estudios para potenciar nuevas zonas donde se pueda desarrollar el agroturismo.

Se debe considerar la promoción en aquellos medios de comercialización donde se venda más el producto agroturístico.

El desarrollo de la publicidad para cualquier producto o servicio no es más que la manera de influir en el público. Más exactamente, la promoción es el elemento de la mezcla de marketing de una organización, que sirve para informar, persuadir y recordarle al mercado la existencia de un producto y/o su venta, con la intención de influir en los sentimientos, creencias o comportamiento del receptor o destinatario.

La promoción se establecerá en base a la siguiente figura:

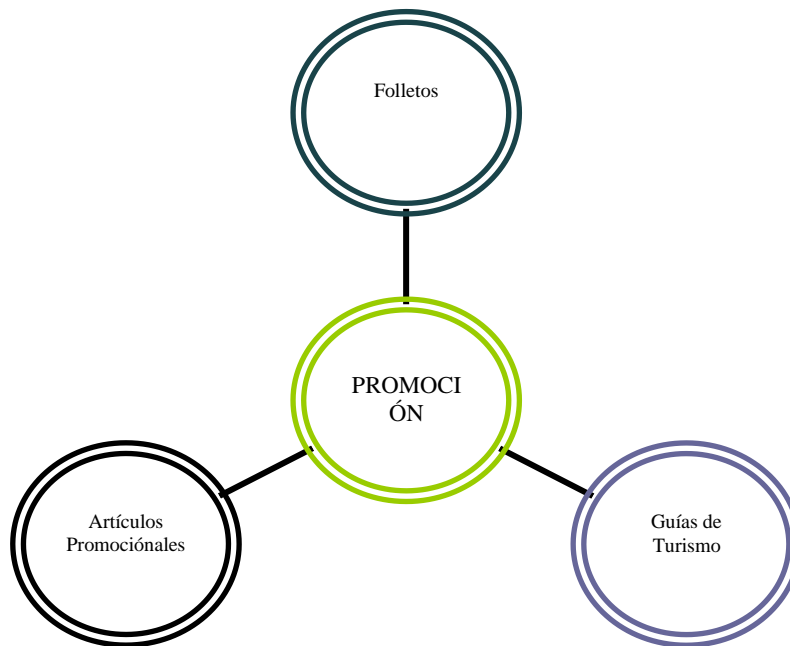


FIGURA 2: ELEMENTOS DE LA PROMOCIÓN

e. Mercadeo

i. Investigación de mercado

La investigación de mercado, es un método para recopilar y analizar la información relacionada a un mercado determinado, con el objetivo de obtener datos importantes sobre éste y la competencia, los cuales servirán de guía para la toma de decisiones.

El estudio de mercado, debe realizarse en las siguientes situaciones:

✓ Durante las operaciones de la asociación

La Asociación, dependiendo de la capacidad económica con que cuente, sería conveniente que realicen una investigación de mercado, cuando lancen un servicio nuevo y cuando disminuyan las ventas de alguno de sus servicios, con el objetivo de identificar los factores que influyen en la aceptación del servicio, y poder tomar decisiones con respecto a los cambios que se deben hacer en las características del servicio (calidad), en el precio, en la promoción, entre otros.

ii. Proceso de la investigación de mercado

A continuación se describe el proceso que debe seguir la Asociación para realizar una investigación de mercado.

1. Identificación del problema y/o oportunidad

El proceso de investigación debe iniciar determinando cual es el problema u oportunidad existente en el mercado. El problema más común por el cual se hace una investigación de mercado es la disminución en las ventas del servicio, el cual puede tener como causas que los servicios del turismo tradicional tengan mas aceptación, que los precios no sean los adecuados, bajo nivel de calidad, que la promoción utilizada no es efectiva, o que la presentación del servicio no sea atractiva, entre otras, y para determinar cual o cuales de estas causas están ocasionando el problema, se realiza la investigación de mercado.

Las oportunidades de mercado se presentan cuando un grupo de personas tienen la iniciativa de producir y comercializar un servicio y no conocen si tendrá aceptación en el mercado turístico y si conviene o no ponerlo en marcha.

Otra oportunidad puede ser cuando la asociación que ya está funcionando quiere lanzar un nuevo servicio o incursionar en nuevos mercados.

2. Determinación de necesidades de información

Después de haber determinado claramente el problema u oportunidad de mercado a investigar, se debe determinar cual es la información que se necesitará para conocer las causas del problema o la existencia de la oportunidad. Se debe elaborar una estructura de los puntos o temas sobre los cuales se les preguntará a los clientes.

Por ejemplo, si se considera que las ventas están disminuyendo debido a que la calidad del servicio no es adecuada, se debe hacer énfasis en preguntas sobre la calidad, para poder obtener toda la información necesaria que al final sirva para tomar la decisión sobre si es o no la calidad, la causa del problema, y así mejorarla. Si no se tuviera una idea clara sobre las posibles causas del problema, se recomienda obtener información sobre todos los aspectos de la mezcla de mercadotecnia (servicio, precio, plaza y promoción).

3. Selección de la técnica para la obtención de los datos

La información se puede obtener a través de las siguientes técnicas:

a. La encuesta: En esta técnica, se diseña un cuestionario con preguntas, para determinar hechos, opiniones, o actitudes con el fin de inferir conclusiones sobre la población.

Es recomendable que las preguntas de la encuesta sean cerradas (preguntas con alternativas para escoger), este es el método que más se utiliza para realizar investigaciones de mercado.

Las preguntas iniciales deben ser sencillas e interesantes, y deben tocar desde lo general hasta lo específico, el cuestionario debe ser fácil de leer.

Esta técnica es más recomendable para la asociación, ya que es el que más se adapta a las condiciones reales de éstas.

b. La observación: Otra técnica para obtener la información, es a través de la observación. Con simplemente observar la conducta de los clientes, podemos inferir conclusiones, un ejemplo sería observar como se comportan las personas al momento de escoger el servicio.

c. Selección del Procedimiento de Muestreo

Debido que en muchas ocasiones, las personas que se van a estudiar y de los cuales se obtendrá la información, son demasiados, no se pueden abordar todos, es necesario determinar una muestra representativa.

Para determinar la muestra, se recomienda utilizar la siguiente fórmula:

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

Z = Nivel de confianza o exactitud.

P = Probabilidad de éxito.

Q = Probabilidad de fracaso.

e = Error Máximo.

N = Tamaño de la población.

d. Recopilación de los datos

Después de haber calculado el número de personas a encuestarse (muestra), debe emplearse el muestreo probabilística, el cual asegura que todas las personas de la población objetivo tienen la misma oportunidad de ser elegidos para brindar la información.

e. Análisis de los datos

Después de obtener los datos, se deben analizar, con el objetivo de interpretarlos y sacar conclusiones que sirvan para tomar decisiones con respecto al problema u oportunidad que se investiga.

Para procesar los datos y obtener la información necesaria, se recomienda que la asociación resuma por medio de cuadros estadísticos para tabular los datos, mediante distribución de frecuencias simple.

f. Preparación del reporte de investigación

El responsable de realizar la investigación, al momento de elaborar el reporte, debe tomar en cuenta a quien va dirigido, para elaborarlo de tal forma que sea comprensible para el receptor.

De forma general, el informe debe contener:

- a) Una descripción clara y concisa de los objetivos de la investigación.
- b) Explicación breve de la metodología que se utilizó para la investigación.
- c) Resumen de los datos más importantes recolectados en la investigación.
- d) Conclusiones y recomendaciones.

g. Aplicación de las recomendaciones

Lo más importante de la investigación de mercado es que dará elementos para tomar decisiones con respecto al problema u oportunidad de mercado, por lo que, después de haber invertido tiempo y dinero en la investigación, deben de ponerse en práctica las recomendaciones.

Debido que la realización de la investigación de mercado requiere de la inversión de tiempo y dinero, se recomienda que la asociación aproveche los servicios que prestan los estudiantes de las carreras afines al mercadeo de las Universidades realizando la investigación de mercado que éstas necesite, con la coordinación de un representante de la Asociación.

5. Aplicación

i. Pronostico de Ventas

Como no existen estadísticas en el país sobre esta modalidad de turismo se determinará a partir de las preferencias del turismo tradicional.

1. Se debe de conocer el comportamiento del turismo tradicional por lo menos de los últimos 3 años.
2. Se proyectará la tendencia turística por lo menos para los 3 años siguientes.
3. Se determinará un porcentaje de la población que se espera prefiera esta modalidad de turismo, basados en el crecimiento del turismo en general.

Es importante conocer cuales son los pronósticos de ventas para los años 2006 al 2010, esto se hará de la siguiente forma:

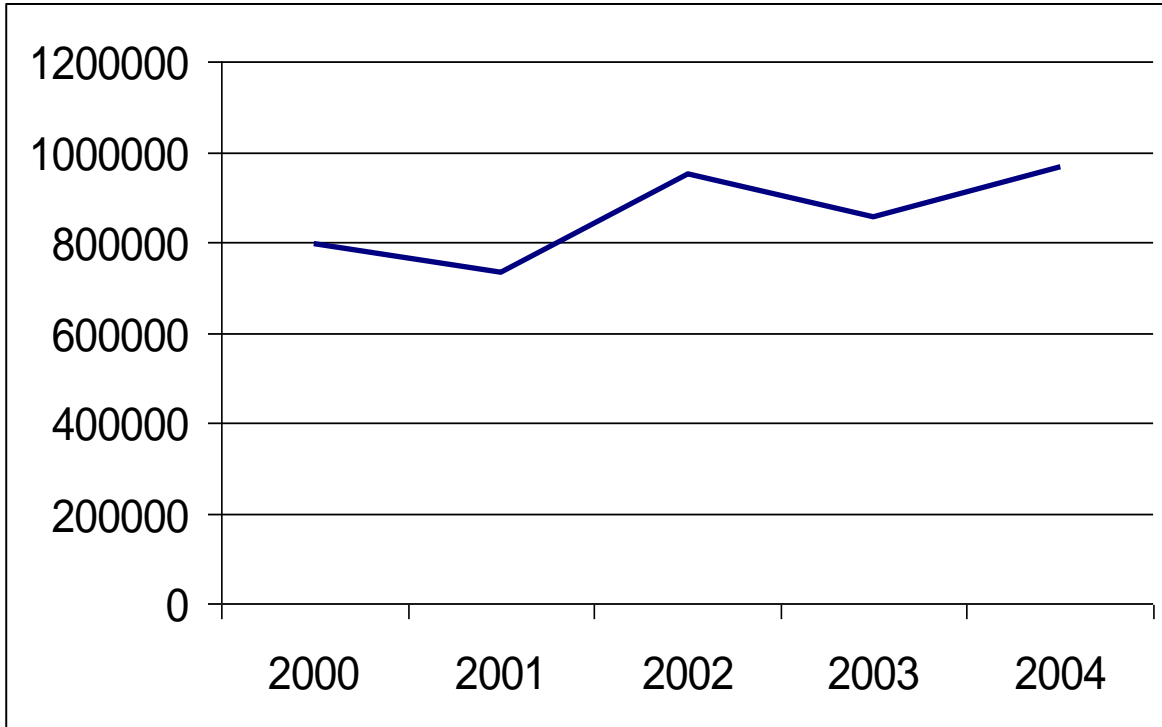
De la demanda del turismo tradicional para los mismos años se tomará un porcentaje del total del turismo para los años de 2000 al 2004, esto se puede ver en detalle en cuadro siguiente:

CUADRO 35: DEMANDA DE TURISMO TRADICIONAL

	2000	2001	2002	2003	2004
TOTAL TURISTAS	794678	734627	950597	857378	966416

Fuente: Boletín Informativo 2004

Podemos ver esta tabla representada gráficamente a continuación:



Utilizando el coeficiente de correlación simple por medio de la formula siguiente:

$$r = \frac{\sum XiYi}{n-1}$$

Como el coeficiente de correlación r muestra el grado en el cual se relaciona X y Y (tiempo y demanda), si la correlación es perfecta y se ajusta a una línea recta $r=1$, esto indica que una variación determinada de X (tiempo) corresponde exactamente a una variación proporcional sobre Y . Si no existe correlación $r = 0$. Si están perfectas pero inversamente relacionadas $r = -1$, aquí surge un problema de apreciación. Los fenómenos sociales o económicos (relación tiempo demanda) pertenecen a los sistemas ligeros, donde nunca habrá correlaciones perfectas. Entonces si el investigador de mercado encuentra un valor de, por ejemplo, $r=0.7$, esto implica que cada variación de uno en la variable independiente corresponde a una variación de la variable dependiente de 0.7; dado que se trabaja con sistema real donde únicamente se pueden pedir r cercanas a 1, la pregunta es, ¿que tanto le sirve a un investigador conocer ese valor de correlación para hacer sus predicciones? Es decir, si él sabe que su ajuste tiene un error del 30%, ¿Se queda con su ajuste de línea recta o busca un ajuste no lineal que eleve el grado de sus predicciones para que sus correlaciones sean mejores?

Si este fuera el caso, se recomienda buscar un ajuste no lineal, pero si a simple vista se observa que los puntos están tan dispersos que se sabe que la correlación no se mejora con otro tipo de ajuste, entonces se aceptará el ajuste hecho. Aquí surge otra pregunta, ¿hasta que valor de r debe aceptarse para pensar que X y Y no están correlacionados linealmente? Además se sabe que no hay otro tipo de ajuste que mejore la correlación. Nadie tiene la respuesta. Hay fenómenos en los que se han aceptado ajuste de 0.68 y trabajado con ello, pero todo depende del fenómeno en estudio y, sobre todo, que no exista una mejor alternativa de ajuste.¹⁷

El comportamiento es casi en línea recta y su coeficiente de correlación es de 0.74, lo que indica que el ajuste del conjunto de datos posee un error del 25.83% por lo que utilizaremos el método de los mínimos cuadrados para proyectar el comportamiento turístico para los años 2005, 2006 al 2010 el cual se desarrolla de la siguiente manera:

Método de Mínimos Cuadrados

Es un método matemático desarrollado para uniformizar una familia de curvas de manera de hacer que las visitas tengan una línea recta.

Se necesita que la serie de datos históricos sigan la tendencia de una línea recta, o sea

$Y = a + bX$ para ello se auxilió de las siguientes ecuaciones:

1. $\sum Y = na + b\sum X$
2. $\sum XY = a\sum X + b\sum X^2$

El pronóstico de personas que visitará los balnearios para el año 2006 se calcula de la siguiente forma:

El resultado final es que se presenta a en la tabla siguiente:

TABLA 3 TOTALIDAD DE TURISTAS

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TOTAL TURISTAS	996,320	1,042,086	1,087,851	1,133,616	1,179,382	1,225,147

¹⁷ Gabriel Baca Urbina 4ta. Edición, Pág. 25 y 26

Basados esta información estableceremos la demanda del agroturismo para los años 2006 al 2010, ya que para el año 2005 no se espera que esta modalidad de turismo pueda tener una demanda considerable, ya que aun se estaría desarrollando y posicionando.

Estableceremos la demanda para los años 2006 al 2010, asignando un porcentaje que se considera aceptable para una modalidad de turismo nueva en el país, dicho porcentaje fue de 1.36 % de cada modalidad de turismo; esto se justifica sobre la base que el turismo naturaleza (que sus características son similares al agroturismo) tiene una participación del 5% para el año 2006 sobre el total de la demanda. Por lo que considerando un escenario pesimista asumimos dicho porcentaje; obteniendo un resultado que se convertirá en nuestra demanda futura.

TABLA 4 DEMANDA DE VISITAS AGROTURISTICAS

DEMANDA DE VISITAS AGROTURISTICAS						
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TOTAL TURISTAS	12,952	13,547	14,142	14,737	15,332	15,927

Demanda Futura: Es el resultado del cálculo que habrá que realizar, tomando como base las series cronológicas de la demanda histórica de un lugar dado, para proyectar su probable crecimiento, estancamiento o decremento durante un periodo de tiempo determinado.

ii. Estrategias de Ventas

Luego de haber definido el pronóstico de la demanda futura, estableceremos cuales deben ser las estrategias de ventas para los años 2006 al 2010:

- Se proporcionaran precios especiales para personas que compren los paquetes de manera colectiva.
- Debe darse un precio al paquete accesible para la mayoría de la población y por debajo de lo que el turismo tradicional oferta.
- Durante los primeros seis meses de la actividad agroturística, deben venderse los paquetes solo de contado, ya que es necesario recuperar los costos de inversión.

- Para aumentar los ingresos se harán ventas a través de tour operadores, ya que estos poseen un conocimiento amplio en el mercado de las ventas de productos turísticos.

iii. La comercialización de la asociación:

Los **canales externos** son aquellos que están conformados por elementos que no son propios de la empresa que los desea utilizar. Entre ellos podemos mencionar:

- ✚ **Promotoras de Turismo:** Este medio de comercialización será utilizado en la medida que el agroturismo tenga una mayor aceptación entre los turistas, ya que se encargarán de dar a conocer e influir esta modalidad de turismo entre sus clientes habituales, los que prefieren un turismo alternativo como el ecoturismo.
- ✚ **Agencias de Viajes:** Al igual que las promotoras de turismo entre mayor demanda vaya teniendo este modalidad de turismo, mayor será la importancia que le den a comercializar este servicio, ya que si el servicio es de calidad estás tendrían una mayor rentabilidad al aumentar la demanda.
- ✚ **Oficinas de Turismo:** Tiene la ventaja que la población nacional e internacional las conoce y las toman en cuenta a la hora de considerar la asesoría en un viaje programado que toma un numero de días considerable.

Los **canales internos** son aquellos que están conformados por elementos que son propios de la empresa que los desea utilizar tal como:

- ✚ **Cuenta Propia:** Cabe mencionar que puede ser el medio mayormente utilizado, ya que cada dueño de la parcela podrá a su manera generar publicidad al agroturismo y no a un servicio en especial.

iv. Promoción

Se recomienda en la promoción que el medio para dar a conocer a la asociación sea por medio de los elementos que conforman la figura anterior es decir:

- a. Folletos
- b. Artículos Promocionales
- c. Guías de Turismo

Se sugiere que el contenido del folleto sea el siguiente:

1. Que se Ofrece: Los atractivos de la zona
2. Que vestimenta se recomienda traer
3. Donde se puede hacer el contacto para reservar la visita (Dirección, Teléfono, Correo Electrónico)
4. Breve descripción de las actividades en la que puede participar
5. Contenido de los productos y su descripción

1. Establecimiento de la Forma Básica para la Creación de Folletos.

Se presenta a continuación las instrucciones para la creación de folletos u hojas volantes:

1er Paso.

Recopilar la información necesario que se quiera incluir en el formato para el brochur o folleto informativo de los servicios que se prestan.

2do Paso.

Crear una base fotográfica de los principales atractivos agroturísticos y actividades económicas de la zona para crear en el folleto una pequeña imagen de lo que le espera al turista al visitar las instalaciones del donde se ofrecerá el servicio

3er Paso.

Establecer las ideas principales de la portada y la contraportada, de manera que se vea una descripción breve pero eficaz de los productos o servicios que ofrece.

4to Paso.

En la primera página del folleto se pone una imagen de alguno de los lugares de la zona junto a la misión y visión de la asociación

5to Paso.

En las páginas siguientes se detalla de manera ordenada los diferentes paquetes y planes que se ofrecen acompañados de imágenes de la zona.

6to Paso

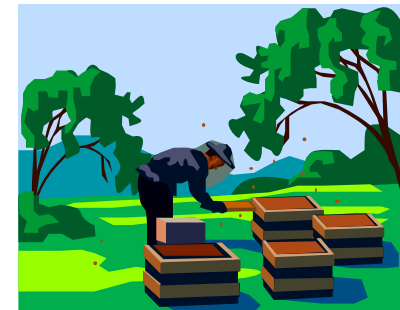
Por último se toma en cuenta recomendaciones básicas para que la estadía en el lugar sea más confortable a los visitantes

Título del panel posterior

NOMBRE DE LA EMPRESA

ESLOGAN DE LA EMPRESA

Escriba aquí una descripción breve pero eficaz de los productos o servicios que ofrece. No se suele incluir la copia de venta.



Información del producto o servicio

NOMBRE DE LA EMPRESA

Dirección de las oficinas principales
Línea 2 de dirección
Línea 3 de dirección
Línea 4 de dirección

Teléfono: 555-555-5555
Fax: 555-555-5555
Correo: alguien@example.com

**Organización**

Numero telefónico a contactar la empresa

Título interior principal

La descripción y misión de la asociación prestadora de servicio se colocan aquí de manera que la gente conozca la finalidad de la empresa prestadora del servicio, planes y/o paquetes agroturísticos.



Además se detalla recomendaciones básicas para que pueda disfrutar de mejor manera la estadía en lugar



Título secundario

Se pueden detallar de manera ordenada el texto que contenga de manera general los diferentes planes y paquetes que agroturísticos que ofrece la empresa



Pie de imagen o gráfico.



2. Establecimiento de la forma básica para la creación de guías de agroturisticas.

1er Paso.

Recabar la información de las direcciones y lo que se ofrece; estos datos se encuentran en los formatos que intervienen en la creación de la guía para establecer los elementos de un paquete agroturístico

2do Paso.

De acuerdo a la cercanía y características básicas comunes de los lugares establecer las diferentes rutas de visita tomando en cuenta que las actividades que se encuentren en la zona tienen que realizarse para complementar las actividades agroturisticas del lugar.

3er Paso.

De la base fotográfica de los principales atractivos agroturisticos y actividades económicas de la zona tomar las imágenes mas bonitas y vistosas para la creación de la portada, así como el eslogan de la empresa, una identificación general de la ubicación del lugar

4to Paso.

Detallar de acuerdo a las rutas que se establezcan, una pequeña descripción del lugar acompañada de la dirección exacta y una pequeña explicación de cómo llegar al lugar.



NOMBRE DE LA EMPRESA

Fecha: 00/00/00

UBICACIÓN GENERAL DE LA EMPRESA.

ESLOGAN DE LA EMPRESA



CONTENIDO

PAGINA

Ruta 1	1
Ruta 2	2
Ruta 3	3
Ruta 4	4
.	
.	
.	
.	
Ruta N	N

Títulos de las rutas a describir

Describe aquí brevemente el producto o servicio

Describe aquí brevemente el producto o servicio

Describe aquí brevemente el producto o servicio

FIUGARA 3 ESTABLECIMIENTO DE LA FORMA BÁSICA PARA LA CREACIÓN DE FOLLETOS.

OFRECEMOS:

Convivencia y participación con actividades: agropecuarias, ecológicas, artesanales y culturales, alojamiento, caminatas, alimentación. Venta de productos elaborados en la zona.

TRAER:

Tenis, pantalones ligeros y cómodos, gorra y toda la disponibilidad de disfrutar el ambiente del campo.



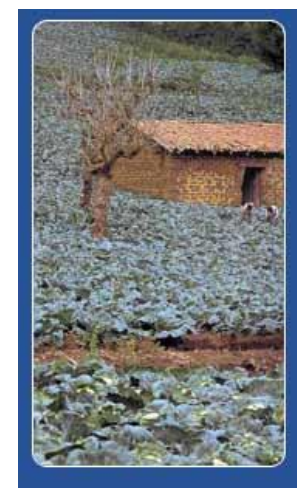
Mayor información – reservaciones:

Dirección de las oficinas principales
Línea 2 de dirección
Línea 3 de dirección
Línea 4 de dirección

Teléfono:
Fax:
Correo: alguien@ejemplo.com

**SOCIEDAD
PRESTADORA DE
SERVICIOS
AGROTURÍSTICOS.**

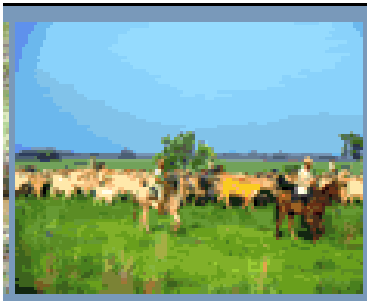
**“RECREACIÓN Y
CONVIVENCIA CON EL
AGRO”.**



**ASO
AGROTUR**

Convivencia con el ambiente del campo.

ASO AGROTUR tiene como visión el desarrollar paquetes agroturísticos de alta calidad, los cuales se integren con actividades culturales y ecológicas de la localidad, capacitando constantemente a nuestros prestadores del servicio de tal manera que proporcionen los momentos de óseo más placenteros a nuestros clientes y de ésta manera ser competitiva a nivel centroamericano.



Estamos ubicados en los municipios de Comalapa, El Carrizal y San Luís del Carmen en el departamento de Chaltenango



Nuestra principal misión es lograr la plena satisfacción de nuestros clientes a través de ofrecer productos turísticos que brinden momentos de óseo, conocimiento y participación en actividades agropecuarias, artesanales y culturales propias de la localidad. Teniendo como principal filosofía la calidad de los servicios.

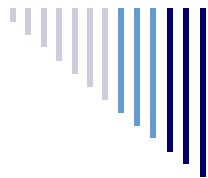


LA EXPERIENCIA INCLUYE:



- Un viaje guiado, conociendo y conviviendo las diferentes actividades que se dan en nuestros diferentes cultivos, granjas y áreas relacionadas con los diferentes aspectos agropecuarios.
- Alojamiento en las casas de nuestros socios para convivir las costumbres y tradiciones del ámbito campesino.
- En el centro de visitantes de la

FIGURA 4 ESTABLECIMIENTO DE LA FORMA BÁSICA PARA LA CREACIÓN DE GUÍAS DE AGROTURISTICAS.



**SOCIEDAD PRESTADORA DE
SERVICIOS AGROTURÍSTICOS.**

Fecha: JUNIO DE 2005

ASO AGROTUR



“RECREACIÓN Y CONVIVENCIA CON EL AGRO”.

PAQUETES.

Paquete Básico: un día.

Paquete Sencillo: dos días y una noche.

Paquete Completo: tres días dos noches.

TEMARIO

CONTENIDO

PAGINA

Plan básico: un día 1

Plan sencillo: dos días y una noche 1

Plan completo: tres días y dos noche 2

PLAN BÁSICO: UN DIA.



DESCRIPCIÓN:

El paquete básico: un día contiene una serie de actividades que se realizan a lo largo del día conviviendo y conociendo a su vez la vida del sector agropecuario de la región.

UBICACIÓN:

El paquete básico: un día se ofrece en cualquiera de las parcelas de nuestros socios.

PLAN SENCILLO: DOS DIA Y UNA NOCHE.

DESCRIPCIÓN:

El paquete sencillo: dos días y una noche es la unión del paquete básico junto al compartimiento de actividades agropecuarias diferentes y caminatas por montañas.



UBICACIÓN:

El paquete sencillo: dos días y una noche se ofrece en cualquiera de las parcelas de nuestros socios.

PLAN COMPLETO: TRES DÍAS Y DOS NOCHES

DESCRIPCIÓN:

El paquete completo: tres días y dos noches es la unión del paquete sencillo junto a las actividades de pesca y acampar en sitios naturales de la zona.



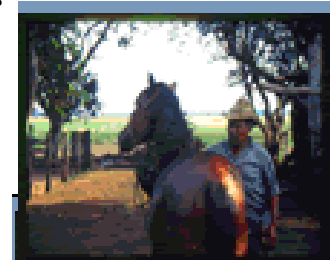
UBICACIÓN:

El paquete completo: tres días y dos noches se ofrece en cualquiera de las parcelas de nuestros socios.

ACTIVIDADES ADICIONALES A LOS PLANES BÁSICOS.

ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

- Pesca en ríos, quebradas
- Acampar al aire libre
- Visita y participación a lugares de fabricación de artesanías.
- Paseos en bicicleta.
- Visitas a lugares donde se ofrece comida del lugar





DIRECCIÓN PRINCIPAL DE LA ASOCIACIÓN:

Línea 2 de dirección.

Línea 3 de dirección.

Línea 4 de dirección.

TELÉFONO:

FAX:

E-MAIL:

D. SUBSISTEMA DE ORGANIZACIÓN.

1. Introducción.

En toda empresa es necesario que exista una buena organización, con la cual se establezca las bases necesarias para su buen funcionamiento además de definir y establecer cada una de los lineamientos generales, los departamentos necesarios y las funciones de los miembros precisos para la asociación.

El aporte más significativo e importante que se da por medio de este subsistema son los lineamientos generales que se deben tomar en cuenta al momento de crear una empresa de tipo asociativa para la prestación de servicios, que posteriormente se aplican en un caso práctico, para una mejor manera de entenderlo.

2. Objetivos.

- Establecer los elementos básicos y necesarios con que la asociación debe contar.
- Definir un plan estratégico para lineamientos generales que debe poseer la asociación.
- Especificar las relaciones de los asociados que el modelo presenta para cada uno de los asociados.
- Plantear la estructura jerárquica básica para la asociación.
- Establecer las relaciones y principales tareas de cada uno de los departamentos.
- Definir las funciones y perfiles necesarios de los puestos a ocupar en cada uno de los departamentos de la asociación.

3. Marco teórico.

Organizar es el proceso para ordenar y distribuir el trabajo, la autoridad y los recursos entre los miembros de una empresa, de tal manera que estos puedan alcanzar los objetivos y las metas trazadas.

Las relaciones y el tiempo son fundamentales para las actividades que realice una la empresa. La organización produce la estructura de las relaciones, estas relaciones

estructuradas servirán para realizar los planes futuros. La estructura organizacional se refiere a la forma en que se dividen agrupan y coordina las actividades en cuanto a las relaciones entre los gerentes y los empleados, entre gerentes y gerentes y , entre empleados y empleados.

Para que las una empresa funcione adecuadamente, necesitan ser organizadas, esto es, estructuradas para que sean eficientes y eficaces. La eficiencia esta relacionada con los fines, es decir, con los métodos y maneras de hacer las cosas. La eficiencia implica hacer las cosas correctamente, de la mejor manera posible. La eficiencia esta relacionada con los fines, es decir, con los objetivos propuestos, implica hacer lo que fuere necesario o correcto para alcanzar los objetivos o resultados. Diferentes metas requieren diferentes estructuras. Por tanto, los gerentes deben adaptar la estructura a sus objetivos, metas y recursos, proceso conocido como diseño organizacional.

El diseño organizacional es un proceso en el cual los gerentes toman decisiones para elegir la estructura organizacional adecuada para la estructura organizacional adecuada y el entorno en el cual los miembros de la empresa ponen en práctica dicha estrategia. Por tanto, el diseño organizacional hacen que los gerentes dirijan la vista en dos sentidos, al mismo tiempo: hacia el interior y hacia el exterior de la empresa.

La planeación estratégica es un una permite cubrir periodos de tres, cinco o mas años en el cual los objetivos representan las posiciones estratégicas lo que permite a la empresa proyectar las posiciones estratégicas competitivas, la oportunidad de nuevos productos que se puedan lanzar al mercado.

Se define como **planeación estratégica** “al esfuerzo sistemático y mas o menos formal de una compañía para establecer a sus propósitos, objetivos, políticas y estrategias básicas para desarrolla planes con el fin de poner en practica las políticas y así lograr objetivos y propósitos básicos de la compañía”¹⁸.

¹⁸ Ochoa Romero. Sonia Cecilia. “Diseño De Un Plan Estratégico Como Herramienta Para Mejorar La Gestión Administrativa En La Mediana Industria Del Plástico En El Área Metropolitana De San Salvador”. Universidad de El Salvador, 1998.

Para toda empresa es importante la planeación estratégica ya que esta llega a formar parte integral de sus actividades, ya que le permite mantener un enfoque del futuro y del presente al mismo tiempo, dándole la oportunidad de fomentar el compromiso entre todos los niveles de la empresa, volviéndose sensible a los cambios del medio otorgando compromisos y bienestar a largo plazo.

4. Elementos de la organización.

El presente subsistema comprende el diseño de la organización y tiene como objetivo fundamental dotar a la empresa de:

1. Una estructura organizativa adecuada a sus objetivos (Misión y Visión).
2. Mecanismos que faciliten la actualización de la organización cuando cambien algunas condiciones internas o externas que afecten su estructura, su funcionamiento o sus objetivos.

Entre los principales elementos que se plantean para el desarrollo de una asociación servidora de paquetes agroturísticos tenemos:

- ✓ La definición de la asociación.
- ✓ Organización de la asociación
- ✓ Un plan estratégico.

5. Desarrollo de los elementos

a. Definición de la asociación.

Asociarse ha sido una de las formas más antiguas de interrelación existentes entre las personas que les ha permitido sobrevivir y desarrollarse en distintas condiciones sociales, culturales y económicas, rescatando no tan sólo una forma de organización y de convivencia social sino, fundamentalmente el valor de la participación en el beneficio común. Además de ser una estrategia poderosa e importante utilizada por las economías en desarrollo pues permite obtener beneficios que fortalecen su negocio y el sector en el que se este, suministrando así mismo un aporte al crecimiento económico regional por medio del desarrollo de la pequeña industria a través de la asociatividad que ayude a consolidar los empresarios, llevándolos a mejorar su competitividad integrándose en un programa estratégico que enfrente los desafíos de la apertura de

mercados. Para la creación de una organización basados en los paquetes agroturísticos (productos y servicios) que debe prestar, es necesario establecer una serie de elementos que se interrelacionen entre si para poder lograr los fines por lo cual ha sido hecha. Para ello necesitamos definir el concepto de asociación así que podemos aplicar para el modelo de sistema agroturístico.

“**La asociación** es un sistema organizativo, cultural y jurídico en el que se unen fuerzas personales y/o económicas, en un marco de participación, para mejorar la calidad de vida de las personas y de sus familias. Se entiende por fuerzas personales las que aportan socios colaboradores activos, familiares, profesionales, voluntarios y las propias personas”¹⁹. La asociación estará conformada por agrupaciones de personas que tengan actividades comunes, pero que a su vez estas estén diferenciadas con otras agrupaciones que al integrarse sean capaces de conformar una organización para poder ofrecer los paquetes agroturísticos, en donde una o varias personas de la misma agrupación pertenecerán a la organización de la asociación, dichos representantes velarán por los intereses y beneficios socio económicos de ellos mismos y de los integrantes de la agrupación a la que representan. En la figura.1 se presenta la relación de la organización partir de sus actividades comunes y diferenciadas que se pueden encontrar en las zonas modelos:

Las condiciones para la de admisibilidad a la asociación por parte de los interesados debe de reflejar de forma clara y sencilla los requisitos necesario que debe de cumplir la persona para estar incluida en el modelo, así como los beneficios que conlleva estar asociado para este modelo. Para aquellas personas que se encuentren interesados en la participación del modelo pero no quieren pertenecer en a la asociación es necesario que se les pueda tomar indirectamente en las actividades de paquete agroturístico pero no se les ofrece mayor beneficio como que si estuvieran en cualquiera de los sectores definidos en la figura 5, ya que no se les puede evitar tener cualquier contacto con los turistas pero no es obligación ni responsabilidad establecer alguna relación directa entre los turistas y estas personas.

¹⁹ Definición tomada de la dirección <http://www.feaps.org/manuales/temas/8/8-asociacion.htm>.

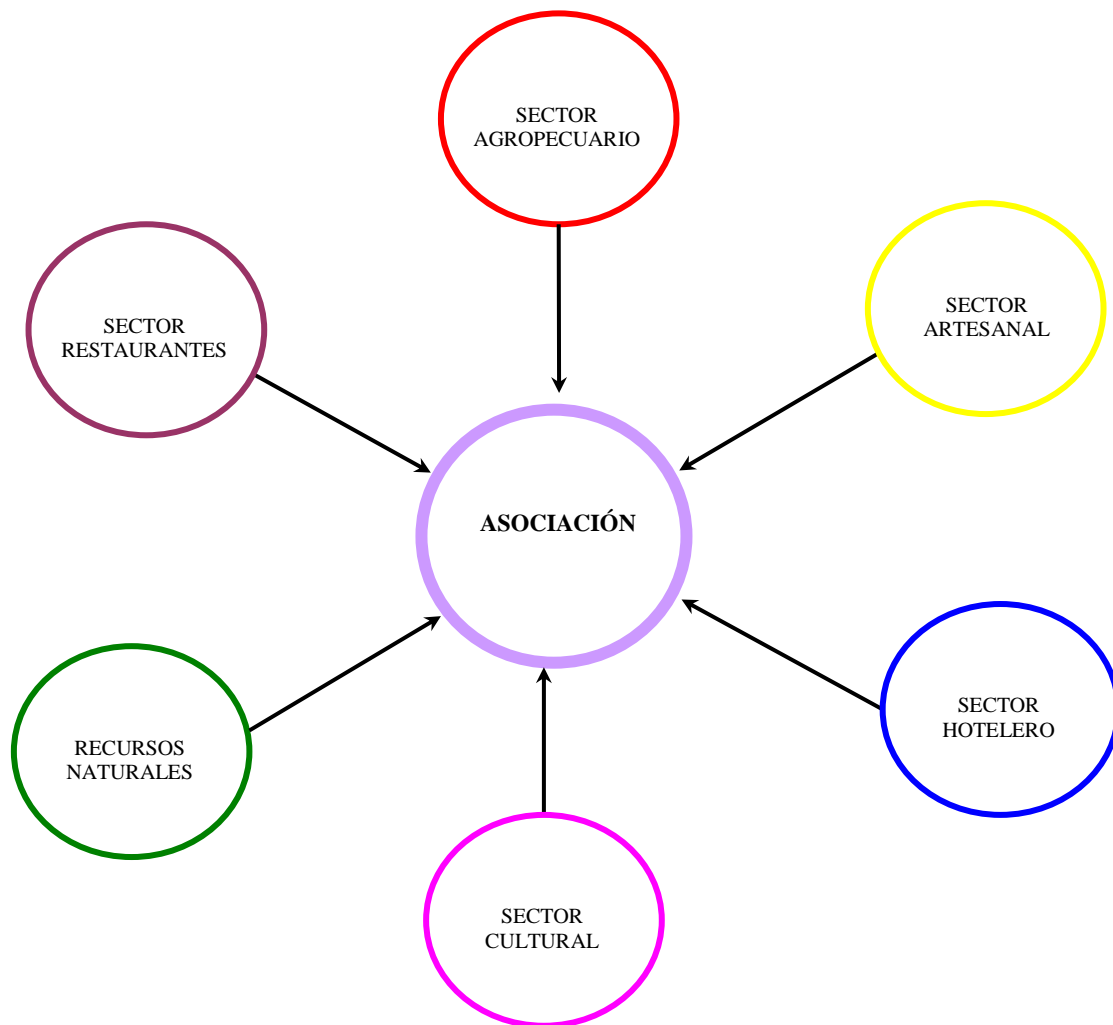


FIGURA 5: MODELO DE ORGANIZACIÓN

b. Organización de la asociación

La estructura organizativa de la asociación prestadora de servicios agroturísticos se representa en el organigrama que se detalla en la figura **2, en donde están claramente definidos los tres niveles jerárquicos de la organización. Siendo estos:

- ◆ Primer nivel jerárquico.

Es la autoridad máxima de la organización, en donde se toman las decisiones y acuerdos que obligan a todos integrantes a cumplirlos y acatarlos; siempre y cuando sean tomados de conformidad a la ley, sus reglamentos y estatutos de ella.

- ◆ Segundo nivel jerárquico.

Es el responsable de la unidad a su cargo. Ejercerá autoridad directamente sobre los encargados de los departamentos que dependan de el.

Tercer nivel jerárquico.

Será responsable directamente ante la el encargado del segundo nivel jerárquico del funcionamiento de esta a su cargo y ejercerá las respectivas funciones.

A continuación se presenta el organigrama para la asociación de paquetes agroturísticos:



FIGURA 6. ORGANIGRAMA DE LA ESTRUCTURA ORGÁNICA.

Es importante mencionar en área, cada uno de los puestos necesarios para la realización de las funciones necesaria de las mismas, es `por ello que a continuación se detallan en la tabla 5 la cantidad de personas.

TABLA 5 PERSONAL REQUERIDO PARA LA ASOCIACION

TITULO DEL PUESTO	CANTIDAD
Gerente general	1
Jefe de finanzas y administración	1
Contador	1
Jefe de comercialización	1
Jefe de desarrollo de paquetes	1
Encargado de calidad	1
Secretaria	2
TOTAL DE PERSONAL	8

La junta directiva estará formada por los mismos asociados que fueron elegidos en junta general ordinaria según los estatutos (VER ANEXO 6), planteándose de la siguiente manera:

- √ Un presidente.
- √ Un vicepresidente.
- √ Un tesorero.
- √ Un secretario.
- √ Un vocal.

A continuación se detallan las diferentes funciones generales de las áreas funcionales que darán un mejor desarrollo a la organización:

- *Junta directiva:* en esta área se tomarán a los representantes de cada sector económico de las zonas modelos para que puedan tomar decisiones y acuerdos que beneficien a todos los asociados y los grupos que estos representan.
- *Gerencia general:* el principal papel de esta área será la de dirigir y coordinar todas las actividades relacionadas con el buen funcionamiento del modelo, representando a la vez la relación directa entre la junta directiva y las áreas subordinadas.
- *Administración y finanzas:* esta área será la encargada de manejar todas las transacciones de los diferentes recursos (humanos, financieros) que posea la empresa. A cargo de esta se encuentra la contabilidad que es la encargada de llevar un registro de los gastos e ingresos originados por las transacciones de la asociación.
- *Comercialización:* esta área será la encargada de coordinar todo lo relacionado con las ventas y elementos de mercadeo necesarios para los paquetes agroturísticos
- *Desarrollo de paquetes agroturísticos:* esta área será la encargada de crear e impulsar nuevos paquetes agroturísticos que hagan una gran diversificación para la prestación de servicios de la asociación.
- *Control de calidad:* Se encargará de vigilar el cumplimiento de las normas de calidad, las cuales incluyen: condiciones de instalaciones físicas, atención al cliente, etc.

c. Plan estratégico.

Es la determinación de los objetivos básicos a largo plazo de una organización y la adopción de los cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para su cumplimiento, tomando en cuenta:

- ❖ **Misión:** en este elementos se presenta de manera clara y específica la situación actual de la empresa tomando en cuenta hacia quienes se esta dirigido la empresa.
- ❖ **Visión:** es uno de los elementos de cualquier plan estratégico, ya que con este se plantea la empresa hacia donde quiere orientarse o proyectarse en un periodo determinado de tiempo.
- ❖ **Objetivos estratégicos:** este elemento servirá para detallar los fines que se deben cumplir en el mediano plazo.
- ❖ **Acciones para el desarrollo de los objetivos:** con este elementos se detallaran las acciones a realizar para poder realizar y/o poner en práctica para la realización de cada uno de los objetivos planteados.
- ❖ **Descripción y desarrollo de los ejes de la política agroturística:** para poder realizar las políticas que regirá la empresa agroturística es necesario tomar en cuenta aquellos elementos que de alguna manera se interrelacionan al momento de dar la prestación del servicio.
- ❖ **Políticas de la organización:** la realización de las políticas que sustenten a la asociación prestada de servicio se realizan en base al literal anterior y son orientadas en la toma de decisiones manteniendo ciertos límites.
- ❖ **Los principios y valores de la asociación:** la elaboración de principios y valores en una empresa ayuda a que se mantenga un equilibrio profesional entre todas aquellas persona que laboran en la misma, de manera que ayuda a mantener una serie elementos que contribuyen a un clima laboral agradable para los mismos.

6. Caso de práctico.

Como una aplicación del subsistema organización que debe contener la asociación se presenta a continuación el desarrollo de todos los elementos necesarios planteados para ejemplificar la organizaron de la empresa prestadora de servicios “ASO AGROTUR”.

a. Generalidades de la asociación.

La asociación de “ASO AGROTUR” esta definida por la relación directa entre los diferentes sectores económicos que se encuentren en la zona, donde estos se agrupan por intereses y sobre todo por actividades en común, eligiendo a la vez uno o varios

representantes para conformar la organización formal de la misma, de manera que estos representantes den a conocer inquietudes, dudas y puntos de vistas de los representados.

En cuanto a las personas que están interesados en el modelo pero no quieren ser parte de la asociación, obtendrán beneficios indirectos; ya que es criterio de cada visitante el interés que tenga sobre las actividades que esté realiza; la asociación solo promoverá los paquetes agroturísticos entre los asociados.

b. Condiciones Generales de Admisibilidad a la Asociación

Para ser reconocido como asociado y participar en uno de los paquetes ofrecidos ya sea como miembro anfitrión o dar a conocer sus productos y/o servicios, todo solicitante debe cumplir algunas de las condiciones y exigencias siguientes:

- Demostrar un interés manifiesto por los intercambios y por la recepción personalizada.
- Estar situado en un entorno atractivo.
- Conformarse con las diferentes políticas y reglamentos adoptados por los miembros de la asociación, tanto en la junta directiva como en la gerencia general.
- Responder a las normas mínimas específicas de acondicionamiento de cada uno de los paquetes, así como a las normas de seguridad y de higiene.
- Demostrar un interés manifiesto por el buen funcionamiento de las operaciones de tipo asociativo.
- Costos de los servicios a precios solidarios
- Gestión rigurosa en caso de irregularidades
- Evaluación permanente de satisfacción de los clientes

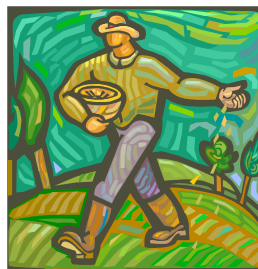
A continuación se presenta el manual de organización y manual de puesto que detallan las actividades principales que los empleados del modelo deben de desempeñar para mejores resultados.

**ORGANIZACIÓN PRESTADORA DE SERVICIOS
AGROTURÍSTICOS.**

MANUAL DE ORGANIZACION

MANUAL DE ORGANIZACION

Aso
AGROTUR



ORGANIZACIÓN PRESTADORA DE SERVICIOS AGROTURÍSTICOS “ASO AGROTUR”.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

OBJETIVOS DEL MANUAL

GUÍA DE USO Y ACTUALIZACIÓN

VISIÓN DE LA ASOCIACIÓN

DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES.

ORGANIZACIÓN PRESTADORA DE SERVICIOS AGROTURÍSTICOS “ASO AGROTUR”.

INTRODUCCIÓN.

Los manuales son un punto de apoyo para orientar y desarrollar las actividades de la organización y facilitar de esa forma el logro de los objetivos propuestos.

El presente manual de organización esta orientado a proporcionar a la organización un instrumento técnico que le sirva de consulta para determinar su estructura organizativa y las funciones que debe desempeñar las diferentes unidades.

Se presentan los objetivos que se persiguen con este manual; el organigrama que representa la estructura organizativa propuesta y se describen los objetivos y funciones de cada unidad que integra la organización.

Además se presenta la guía para el uso del mismo, así como los lineamientos esenciales para lograr una actualización constante del manual y lograr un mantenimiento continuo de este documento

ORGANIZACIÓN PRESTADORA DE SERVICIOS AGROTURÍSTICOS “ASO AGROTUR”.

OBJETIVOS DEL MANUAL.

OBJETIVO GENERAL.

Definir la estructura organizativa del modelo de sistema agroturístico y establecer mecanismos que permitan su actualización según el desarrollo del proyecto.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Describir la estructura de organización del modelo de sistema agroturístico, incluyendo objetivos, funciones de cada área, jerarquía y otros aspectos que son complementarios de las diferentes unidades organizativas que conforman el modelo.
- Presentar una visión de conjunto, de un área específica para su adecuada administración.
- Precisar instrucciones definidas para llevar a cabo acciones que deben realizarse en un área determinada.
- Fijar las responsabilidades para las unidades funcionales.
- Servir de base para una constante revisión y evaluación.

ORGANIZACIÓN PRESTADORA DE SERVICIOS AGROTURÍSTICOS “ASO AGROTUR”.

USO Y MANTENIMIENTO DEL MANUAL.

Uso del manual.

El manual ha sido elaborado describiendo las funciones de las unidades desde el nivel jerárquico superior hasta el nivel inferior, de acuerdo a cada unidad especializada de administración tal como se puede observar en el organigrama, para la cual se ha registrado en un formato especial toda la información necesaria para describir cada una de las unidades que conforman la empresa. El formato posee los siguientes campos:

1. Nombre de la unidad.
2. Número de página.
3. Código de la unidad.

El código utilizado es para propósitos de identificación.

<u>Nombre de la unidad</u>	<u>Código</u>
Junta directiva	JD1
Gerencia general	GG1
Finanzas y administración	FA1
Contabilidad	CN1
Comercialización	CM1
Desarrollo de servicios.	DS1
Control de calidad	CC1

ORGANIZACIÓN PRESTADORA DE SERVICIOS AGROTURÍSTICOS “ASO AGROTUR”.

4. Dependencia jerárquica directa.

En este campo aparece a que unidad de la organización es subordinada la unidad descrita.

5. Unidades subordinadas.

Dentro de este campo se colocan las unidades sobre las que se tiene autoridad.

6. Objetivo.

En este campo se coloca el objetivo básico de la unidad.

7. Fecha de elaboración.

Indica la fecha en que la descripción de la unidad ha sido elaborada.

8. Fecha última de revisión.

En este campo se coloca la fecha en que se efectúa una modificación o revisión.

9. Funciones.

Dentro de este se describen las funciones que tiene bajo su cargo la unidad, para el cumplimiento del objetivo que se persigue. Cuando el número de funciones de la unidad supera el tamaño del campo, se utiliza otra hoja con el mismo formato.

10. Relaciones externas e internas.

Se describen las relaciones que cada unidad mantiene con unidades u organigramas tanto dentro como fuera de la empresa

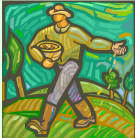
ORGANIZACIÓN PRESTADORA DE SERVICIOS

AGROTURÍSTICOS “ASO AGROTUR”.


Mantenimiento.

A fin de lograr que el presente manual, refleje constantemente la estructura organizativa, los procesos y recomendaciones vigentes, se describe a continuación algunos aspectos que ayudaran a este propósito:


- Los posibles cambios deberán ser discutidos y analizados entre la junta directiva y el gerente y el encargado de cada unidad.
- En cualquiera de los casos el encargado de cada unidad será el responsable de dar a conocer a sus subalternos los cambios aprobados.
- Cuando a los diferentes niveles, sea necesario modificar la estructura organizativa por el crecimiento en las actividades y por ende las funciones específicas ya establecidas; la gerencia solicitara su aprobación a la junta directiva.
- Si los cambios de organización y funciones presentados a la junta directiva son aprobados, deberá ser incorporado oportunamente a este manual por los encargados de cada unidad.
- El manual deberá ser revisado al menos cada año para actualizarlo y garantizar su vigencia.
- El manual deberá ser revisado conjuntamente entre los encargados de cada unidad y el gerente para su actualización y mantenimiento.

 <p>Aso AGROTUR</p>	ASOCIACIÓN AGROTURÍSTICA “ASO AGROTUR”		FECHA	19 / Mayo / 2005		
			PAGINA	1	DE	1
	MANUAL GENERAL DE ORGANIZACIÓN		SUSTITUYE A			
			PAGINA		DE	
		FECHA				

NOMBRE DEL ÁREA O DEPARTAMENTO: JUNTA DIRECTIVA		CÓDIGO: JD1
OBJETIVO: Representar la voluntad de todos y cada uno de los miembros asociados.		
DEPENDENCIA JERÁRQUICA DIRECTA: Ninguna	ÁREAS SUBORDINADAS: Gerencia general, Control de Calidad, Administración y Finanzas, Comercialización, Desarrollo de paquetes agroturística	
FUNCIONES PRINCIPALES: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprobar, diseñar, aplicar y modificar los estatutos y las normas que favorezcan a la mayoría de los asociados de Aso Agrotur. ▪ Aprobar o rechazar las salidas y entradas de dinero. ▪ Acordar la disolución de la asociación. ▪ Aprobar cambios estructurales de la organización de Aso Agrotur. ▪ Aprobar los créditos con otras asociaciones de acuerdo a los acuerdos alcanzados en las asambleas generales de socios. ▪ Dar las pautas generales que se tomarán en cuenta para próximas reuniones. ▪ Aplicar sanciones a los asociados en el momento pertinente de acuerdo a lo establecido en los estatutos y las normas de la asociación. ▪ Velar porque todos los departamentos cuente con todos los recursos necesarios para su funcionamiento. 		


 <p>Aso AGROTUR</p>	ASOCIACIÓN AGROTURÍSTICA “ASO AGROTUR”			FECHA	19 / Mayo / 2005		
				PAGINA	1	DE	2
	MANUAL GENERAL DE ORGANIZACIÓN			SUSTITUYE A			
				PAGINA		DE	
				FECHA			

NOMBRE DEL ÁREA O DEPARTAMENTO: GERENCIA GENERAL		CÓDIGO: GG1
<p>OBJETIVO: Dirigir las actividades organizativas de la asociación, así como coordinar las unidades bajo su control, involucrándose en forma directa en la toma de decisiones a través de sugerencias que éste aporte a la junta directiva de Aso Agrotur</p>		
DEPENDENCIA JERÁRQUICA DIRECTA: Junta Directiva		ÁREAS SUBORDINADAS: Control de Calidad, Administración y Finanzas, Comercialización, Desarrollo de paquetes agroturística
<p>FUNCIONES PRINCIPALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Asegurarse que las decisiones tomadas en las asambleas de socios se ejecuten y rendir informe a cerca de los resultados obtenidos de tales acciones como resultado de las decisiones. ▪ Planear, coordinar y evaluar con las otras unidades la ejecución de los planes a corto plazo. ▪ Supervisar en forma general el desempeño en cuanto a gustos y preferencias por parte de los turistas. ▪ Evaluar alternativas de inversión en los nuevos productos turísticos que prestara Aso Agrotur y sugerir cursos de acción a la Junta Directiva. ▪ Comunicar las decisiones por la junta de Aso Agrotur adoptadas al personal a su cargo, asegurándose que estas sean aplicadas y comunicadas a todos los subordinados. ▪ Realizar una comunicación entre los subordinados y la junta directiva. 		


 <p>Aso AGROTUR</p>	ASOCIACIÓN AGROTURÍSTICA “ASO AGROTUR”			FECHA	19 / Mayo / 2005		
				PAGINA	2	DE	2
	MANUAL GENERAL DE ORGANIZACIÓN			SUSTITUYE A			
				PAGINA		DE	
			FECHA				

NOMBRE DEL ÁREA O DEPARTAMENTO: GERENCIA GENERAL


- Representar legalmente a la asociación Aso Agrotur, ante tramites del registro jurídico, matricula de comercio, el Instituto Salvadoreño del Seguro Social y las aseguradoras de pensiones.
- En coordinación con los demás unidades organizativas examinar el futuro de la asociación y elaborar reportes para evaluar que tipo de acciones se puedan realizar y sobre la base de esta sugerir a la Junta Directiva de la asociación.
- En coordinación de contabilidad revisar los balances y estado de resultados de la empresa para evaluar el desenvolvimiento financiero de la Asociación.
- Realizar el manejo del personal que trabaja en la empresa, efectuar la contratación y evaluación del mismo.

 <p>Aso AGROTUR</p>	ASOCIACIÓN AGROTURÍSTICA “ASO AGROTUR”		FECHA	19 / Mayo / 2005		
			PAGINA	1	DE	1
	MANUAL GENERAL DE ORGANIZACIÓN		SUSTITUYE A			
			PAGINA		DE	
			FECHA			

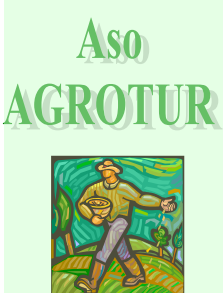
NOMBRE DEL ÁREA O DEPARTAMENTO: CONTROL DE CALIDAD		CÓDIGO: CC1
OBJETIVO: Verificar que cada uno de los asociados cumpla con las condiciones mínimas de calidad con respecto a la infraestructura y servicios, así como de los servicios prestados, tales que permitan la satisfacción del cliente.		
DEPENDENCIA JERÁRQUICA DIRECTA: Gerente general	ÁREAS SUBORDINADAS: Ninguna	
FUNCIONES PRINCIPALES: <ul style="list-style-type: none"> • Recavar información referente a la satisfacción del cliente ya sea a través de fuentes primarias o secundarias. • Diseñar nuevos instrumentos para la recolección de datos según sea la necesidad. • Ordenar la información de encuestas e instrumentos utilizados para recolección de datos. • Analizar información a través de técnicas estadísticas para el análisis de datos y hacer las conclusiones pertinentes. • Presentar Informes de calidad al Gerente de la Asociación y hacer sus respectivas observaciones. • Controlar que cada uno de los asociados cumpla con las respectivas normas de calidad, según sea la actividad. • Mantener comunicación con Comercialización y Desarrollo para investigar de manera conjunta los problemas que se dan en la prestación de los servicios. 		

 <p>Aso AGROTUR</p>	ASOCIACIÓN AGROTURÍSTICA “ASO AGROTUR”		FECHA	19 / Mayo / 2005		
			PAGINA	1	DE	1
	MANUAL GENERAL DE ORGANIZACIÓN		SUSTITUYE A			
			PAGINA		DE	
		FECHA				

NOMBRE DEL ÁREA O DEPARTAMENTO: FINANZAS Y ADMINISTRACIÓN		CÓDIGO: FA1
OBJETIVO: Dirigir los procesos de personal y recursos financieros, para atender las necesidades de los asociados de Aso Agrotur en concordancia con la misión, visión, objetivos, y políticas de la asociación		
DEPENDENCIA JERÁRQUICA DIRECTA: Gerencia general	ÁREAS SUBORDINADAS: Contabilidad.	
FUNCIONES PRINCIPALES: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dirigir la administración de los recursos humanos y financieros. ▪ Coordinar a las unidades para la preparación del presupuesto de gastos que tendrán en el año. ▪ Llevar un control de las compras que se realizan a nombre de la asociación para garantizar el correcto uso de los recursos de la misma. ▪ Verificar que se integre e ingrese correctamente la información a los formatos de contabilidad. ▪ Contar con información actualizada de la situación financiera. ▪ Proyectar los presupuestos de ingresos y egresos. ▪ Controlar las declaraciones de ingresos, estados financieros, cuentas por pagar y el flujo mensual de caja. ▪ Ordenar el pago oportuno de obligaciones, sueldos, comisiones y compras. 		

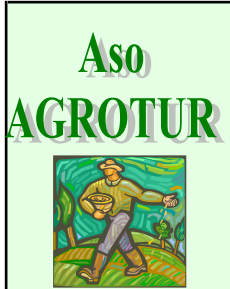
 <p>Aso AGROTUR</p>	ASOCIACIÓN AGROTURÍSTICA “ASO AGROTUR”		FECHA	19 / Mayo / 2005		
			PAGINA	1	DE	1
	MANUAL GENERAL DE ORGANIZACIÓN		SUSTITUYE A			
			PAGINA		DE	
		FECHA				

NOMBRE DEL ÁREA O DEPARTAMENTO: CONTABILIDAD		CÓDIGO: CN1
<p>OBJETIVO: Realizar las tareas relacionadas con el registro, cálculo y control de los costos de insumos, mano de obra y demás costos indirectos y administrativos que incurra Aso Agrotur; a efecto de proporcionar costos reales y oportunos para toma de decisiones efectivas.</p>		
DEPENDENCIA JERÁRQUICA DIRECTA: Finanzas y administración	ÁREAS SUBORDINADAS: Ninguna.	
<p>FUNCIONES PRINCIPALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Llevar un registro de los costos de los insumos utilizados en cada actividad realizada por Aso Agrotur. ▪ Actualizar oportunamente los distintos registros de costos, para tener información real y oportuna y realizar análisis de los costos incurridos en la ejecución de las diferentes actividades de Aso Agrotur. ▪ Manejar las entradas y salidas de efectivo. ▪ Mantener informada a la gerencia sobre los costos incurridos en la prestación de cada paquete a las cuales se dedica Aso Agrotur. ▪ Elaborar la planilla de pagos de salarios. ▪ Realizar los estados de pérdidas y ganancias. ▪ Actualizar los libros contables. 		

	ASOCIACIÓN AGROTURÍSTICA “ASO AGROTUR”
	MANUAL GENERAL DE ORGANIZACIÓN

FECHA	19 / Mayo / 2005		
PAGINA	1	DE	1
SUSTITUYE A			
PAGINA		DE	
FECHA			

NOMBRE DEL ÁREA O DEPARTAMENTO: COMERCIALIZACIÓN		CÓDIGO: CM1
OBJETIVO: Coordinar y controlar las actividades de ventas de los paquetes agroturísticos y manejar los aspectos de comercialización y promoción.		
DEPENDENCIA JERÁRQUICA DIRECTA: Gerencia General.	ÁREAS SUBORDINADAS: Ninguna.	
FUNCIONES PRINCIPALES: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Definir las estrategias de ventas a corto, mediano y largo plazo. ▪ Estructurar métodos para el impulso y desplazamiento de los productos agroturísticos de mayor rentabilidad y demanda, fortaleciendo su posicionamiento en el mercado. ▪ Evaluar el desempeño de las ventas de los paquetes agroturísticos y en conjunto con el encargado del departamento de control de la calidad. ▪ Mantener comunicación constante con el encargado de desarrollo de paquetes turísticos sobre las evaluaciones realizadas a los mismos. ▪ Conservar en la fuerza de ventas de los productos turísticos un espíritu positivo y motivaciones crecientes para obtener resultados favorables en las mejores condiciones de trato y eficiencia. 		

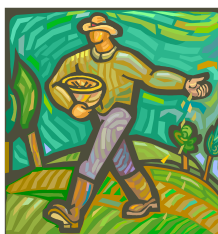
	ASOCIACIÓN AGROTURÍSTICA “ASO AGROTUR”	FECHA	19 / Mayo / 2005			
		PAGINA	1	DE	1	
	MANUAL GENERAL DE ORGANIZACIÓN	SUSTITUYE A				
		PAGINA		DE		
		FECHA				

NOMBRE DEL ÁREA O DEPARTAMENTO: DESARROLLO DE SERVICIOS.		CÓDIGO: DS1
OBJETIVO: Crear los diferentes paquetes agroturísticos, a partir de la investigación de los productos y determina los servicios necesarios que se puedan incorporar.		
DEPENDENCIA JERÁRQUICA DIRECTA: Gerencia General.	FUNCIONES SUBORDINADAS: Ninguna.	
FUNCIONES PRINCIPALES: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Observar las recomendaciones que el área de calidad dicte para la mejora continua de los productos turísticos. ▪ Hacer programación de actividades, de acuerdo a las ventas de los paquetes agroturísticos. ▪ Coordinar a los guías turísticos para la atención de los clientes según la programación de las actividades. ▪ Mantener comunicación constante con encargado de comercialización y control de la calidad para tomar en cuenta problemas que se dan en los paquetes agroturísticos y reestructurarlos. ▪ Recomendar a la Gerencia el desarrollo de productos nuevos y los planes para su desarrollo. ▪ Estratificar el mercado para concretar el ritmo de la expansión planeada. ▪ Establecer el costo y precio de los productos agroturísticos. 		

**ORGANIZACIÓN PRESTADORA DE SERVICIOS
AGROTURISTICOS.**

MANUAL DE PUESTOS

**Aso
AGROTUR**



ORGANIZACIÓN PRESTADORA DE SERVICIOS AGROTURÍSTICOS.

INTRODUCCIÓN.

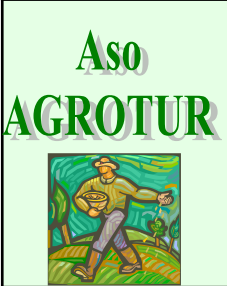
El siguiente manual de descripción de puestos del modelo de sistema agroturístico, detalla las funciones de los distintos miembros de la empresa ubicados en cada una de las unidades en que esta comprendida la misma.

Dicho manual surge a partir de la necesidad de especificar las funciones de cada puesto, con ello se pretende guiar a los empleados a la realización eficiente de sus funciones a favor de los objetivos de la empresa, el mismo detalla las relaciones jerárquicas, funciones, características personales y requerimientos que el puesto descrito amerita.


ORGANIZACIÓN PRESTADORA DE SERVICIOS AGROTURÍSTICOS.

A. LISTADO DE PUESTOS

<u>TITULO DEL PUESTO</u>	<u>CANTIDAD</u>
<u>GERENTE GENERAL</u>	<u>1</u>
<u>JEFE DE FINANZAS Y ADMINISTRACIÓN</u>	<u>1</u>
<u>CONTADOR</u>	<u>1</u>
<u>JEFE DE COMERCIALIZACIÓN</u>	<u>1</u>
<u>JEFE DE DESARROLLO DE PAQUETES</u>	<u>1</u>
<u>ENCARGADO DE CALIDAD</u>	<u>1</u>

	ASOCIACIÓN AGROTURÍSTICA			FECHA	19 / Mayo / 2005		
	MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS			PAGINA	1	DE	3
				SUSTITUYE A			
	PAGINA		DE				
			FECHA				

MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS	
NOMBRE DEL PUESTO: Gerente general	SUELDO MENSUAL: De \$ _____ a \$ _____
NOMBRE DE LA UNIDAD: Gerencia General	
OBJETIVO: Dirigir las actividades organizativas de la asociación, así como coordinar las unidades bajo su control, involucrándose en forma directa en la toma de decisiones de la junta directiva de Aso Agrotur.	
FUNCIONES.	
RELACIONES JERARQUICAS:	
<u>Se reporta a:</u> Junta directiva. <u>Supervisa a:</u> Jefe de: control de calidad, administración y finanzas, comercialización, desarrollo de paquetes agroturística. <u>Se relaciona con:</u> Asamblea general	
FUNCIONES	
7. Asegura que las decisiones tomadas en las asambleas de socios se ejecuten y rendir informe a cerca de los resultados obtenidos de tales acciones como resultado de las decisiones. 8. Planea, coordinar y evaluar con otras unidades la ejecución de planes a corto plazo. 9. Supervisar en forma general el desempeño en cuanto a gustos y preferencias por parte de los turistas.	


 <p>Aso AGROTUR</p>	<p>ASOCIACIÓN AGROTURISTICA</p>	FECHA	19 / Mayo / 2005			
		PAGINA	2	DE	3	
	<p>MANUAL DE DESCRIPCION DE PUESTOS</p>	SUSTITUYE A				
		PAGINA		DE		
FECHA						

NOMBRE DEL PUESTO:


Gerente General

FUNCIONES.


1. Evalúa alternativas de inversión en los nuevos productos agroturísticos que prestara Aso Agrotur y sugiere cursos de acción a la Junta Directiva.
2. Comunica las decisiones por la junta de Aso Agrotur adoptadas al personal a su cargo, asegurándose que estas sean aplicadas y comunicadas a todos los subordinados.
3. Realiza una comunicación entre los subordinados y la junta directiva.
4. Representa legalmente a la asociación Aso Agrotur, ante trámites del registro jurídico, matricula de comercio, el instituto salvadoreño del seguro social y las aseguradoras de pensiones.
5. En coordinación con el contador revisa los balances y estados de resultados de la empresa para evaluar el desenvolvimiento financiero de la Asociación.
6. Realiza el manejo del personal que trabaja en la empresa, efectúa la contratación y evaluaciones de los mismos.

 <p>Aso AGROTUR</p>	ASOCIACIÓN AGROTURÍSTICA		FECHA	19 / Mayo / 2005		
	MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS		PAGINA	3	DE	3
			SUSTITUYE A			
	PAGINA		DE			
		FECHA				


NOMBRE DEL PUESTO:	Gerente General
REQUISITOS DEL CARGO	
<p><u>EDUCACIÓN:</u> Profesional de la carrera administración de empresa o ingeniería industrial.</p> <p><u>EXPERIENCIA:</u> - Mínima un año en la rama de administración.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dos años en puestos similares. - Desarrollo de casos prácticos de toma de decisiones. <p><u>CARACTERÍSTICAS PERSONALES:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsable. - Capacidad en el manejo de personal y relaciones humanas. - Habilidades para tomar decisiones. - Habilidades de comunicarse en forma oral y escrita de manera clara y concisa. - Dominio de si mismo. - Habilidades para administrar. 	

	ASOCIACIÓN AGROTURÍSTICA			FECHA	19 / Mayo / 2005		
	MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS			PAGINA	1	DE	3
	SUSTITUYE A						
				PAGINA		DE	
				FECHA			

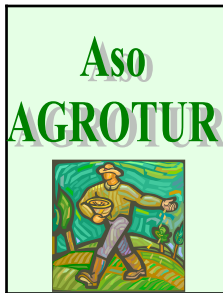
MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS	
NOMBRE DEL PUESTO: Jefe de calidad	SUELDO MENSUAL: De \$ _____ a \$ _____
NOMBRE DE LA UNIDAD: Control de calidad	
OBJETIVO: Verificar que cada uno de los asociados cumpla con las condiciones mínimas de calidad con respecto a la infraestructura y servicios, así como de los servicios prestados, tales que permitan la satisfacción del cliente.	
FUNCIONES.	
RELACIONES JERÁRQUICAS:	
<u>Se reporta a:</u> Gerencia General y Junta Directiva.	
<u>Supervisa a:</u> Ninguno	
<u>Se relaciona con:</u> Gerencia de desarrollo de producto y Gerencia de ventas	
<i>FUNCIONES</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Recava información referente a la satisfacción del cliente ya sea a través de fuentes primarias o secundarias. • Diseña nuevos instrumentos para la recolección de datos según sea la necesidad. • Ordena la información de encuestas e instrumentos utilizados para recolección de datos. • Analiza información a través de técnicas estadísticas para el análisis de datos y hacer las conclusiones pertinentes. • Presenta Informes de calidad al Gerente de la Asociación y hacer sus respectivas observaciones. 	

 <p>Aso AGROTUR</p>	ASOCIACIÓN AGROTURÍSTICA			FECHA	19 / Mayo / 2005		
	MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS			PAGINA	3	DE	3
				SUSTITUYE A			
	PAGINA		DE				
			FECHA				

NOMBRE DEL PUESTO:	Gerente General
FUNCIONES.	
<ul style="list-style-type: none"> • Controla que cada uno de los asociados cumpla con las respectivas normas de calidad, según sea la actividad. • Mantiene comunicación con Comercialización y Desarrollo para investigar de manera conjunta los problemas que se dan en la prestación de los servicios. 	
REQUISITOS DEL CARGO	
<p><u>EDUCACIÓN:</u> Estudiante de 4to. Año de la carrera administración de empresa o ingeniería industrial, o administrador empírico.</p> <p><u>EXPERIENCIA:</u> - Desarrollo de casos prácticos de toma de decisiones. - Mínima un año en la rama de administración.</p> <p><u>CARACTERÍSTICAS PERSONALES:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Responsable. - Capacidad en el manejo de personal y relaciones humanas. - Habilidades para tomar decisiones. - Habilidades de comunicarse en forma oral y escrita de manera clara y concisa. - Dominio de si mismo. - Habilidades para administrar. 	

 <p>Aso AGROTUR</p>	ASOCIACIÓN AGROTURÍSTICA			FECHA	19 / Mayo / 2005		
	MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS			PAGINA	1	DE	2
				SUSTITUYE A			
				PAGINA		DE	
				FECHA			

MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS	
NOMBRE DEL PUESTO: Jefe de administración y finanzas	SUELDO MENSUAL: De \$ _____ a \$ _____
NOMBRE DE LA UNIDAD: administración y finanzas	
OBJETIVO: Dirigir los procesos de personal y recursos financieros para atender las necesidades de los asociados de Aso Agrotur en concordancia con la misión, visión, objetivos y políticas de la asociación.	
FUNCIONES.	
RELACIONES JERÁRQUICAS:	
<u>Se reporta a:</u> Gerente General <u>Supervisa a:</u> Contador <u>Se relaciona con:</u> Jefe de Comercialización, Jefe de Desarrollo de Paquetes	
FUNCIONES <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dirige la administración de los recursos humanos y financieros. ▪ Coordina a las unidades para la preparación del presupuesto de gastos que tendrán en el año. ▪ Lleva un control de las compras que se realizan a nombre de la asociación para garantizar el correcto uso de los recursos de la misma. ▪ Verifica que se integre e ingrese correctamente la información a los formatos de contabilidad. ▪ Cuenta con información actualizada de la situación financiera. 	



ASOCIACIÓN AGROTURÍSTICA

MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS

FECHA	19 / Mayo / 2005		
PAGINA	2	DE	2
SUSTITUYE A			
PAGINA		DE	
FECHA			

NOMBRE DEL PUESTO: Jefe de administración y finanzas

FUNCIONES.

- Proyecta los presupuestos de ingresos y egresos.
- Controla las declaraciones de ingresos, estados financieros, cuentas por pagar y el flujo mensual de caja.
- Ordena el pago oportuno de obligaciones, sueldos, comisiones y compras.


REQUISITOS DEL CARGO

EDUCACIÓN: Estudiante de 3to. Año de la carrera administración de empresa o ingeniería industrial, o administrador empírico.


EXPERIENCIA: - Conocimiento de administración de personal.
 - Conocimiento básico de contaduría y finanzas.
 - Mínima de un año en el área administrativa.

CARACTERÍSTICAS PERSONALES:

- Responsable.
- Capacidad en el manejo de personal y relaciones humanas.
- Habilidades de comunicarse en forma oral y escrita de manera clara y concisa.
- Habilidades para administrar.

 <p>Aso AGROTUR</p>	ASOCIACIÓN AGROTURÍSTICA			FECHA	19 / Mayo / 2005		
	MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS			PAGINA	1	DE	2
				SUSTITUYE A			
	PAGINA		DE				
				FECHA			

MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS	
NOMBRE DEL PUESTO: Contador	SUELDO MENSUAL: De \$ _____ a \$ _____
NOMBRE DE LA UNIDAD: Finanzas y Administración	
OBJETIVO: Realizar todas las tareas relacionadas con el registro, cálculo y control de los costos de insumos, mano de obra y demás costos indirectos y administrativos que incurra la Aso Agrotur, a efecto de proporcionar costos reales y oportunos para la toma de decisiones efectivas.	
FUNCIONES.	
RELACIONES JERÁRQUICAS: <u>Se reporta a:</u> Jefe de finanzas y administración. <u>Supervisa a:</u> No tiene personal a su cargo. <u>Se relaciona con:</u> Todos menos Control de Calidad	
FUNCIONES <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lleva un registro de los costos de los insumos utilizados en cada actividad realizada por Aso Agrotur. ▪ Actualiza oportunamente los distintos registros de costos, para tener información real y oportuna y realizar análisis de los costos incurridos en la ejecución de las diferentes actividades de Aso Agrotur. ▪ Maneja las entradas y salidas de efectivo. 	

 <p>Aso AGROTUR</p>	ASOCIACIÓN AGROTURÍSTICA			FECHA	19 / Mayo / 2005		
	MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS			PAGINA	2	DE	2
				SUSTITUYE A			
				PAGINA		DE	
				FECHA			

NOMBRE DEL PUESTO:

Contador.

FUNCIONES.

- Mantiene informada a la gerencia sobre los costos incurridos en la prestación de cada paquete a las cuales se dedica Aso Agrotur.
- Elabora la planilla de pagos de salarios.
- Realiza los estados de pérdidas y ganancias.
- Actualiza los libros contables.

REQUISITOS DEL CARGO


EDUCACIÓN: mínimo bachiller en contaduría

EXPERIENCIA: - Experiencia en registros contables


- Conocimiento de aspectos legales referentes a la contabilidad.
- Experiencia en determinación de costos.

CARACTERÍSTICAS PERSONALES:

- Responsable, puntual conocimientos de computación.
- Habilidad para redactar informes, recibir instrucciones verbales y/o escritas

 <p>Aso AGROTUR</p>	ASOCIACIÓN AGROTURÍSTICA			FECHA	19 / Mayo / 2005		
	MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS			PAGINA	1	DE	2
				SUSTITUYE A			
	PAGINA		DE		FECHA		

MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS	
NOMBRE DEL PUESTO: jefe de comercialización	SUELDO MENSUAL: De \$ _____ a \$ _____
NOMBRE DE LA UNIDAD: Comercialización	
OBJETIVO: Coordina y controla las actividades de ventas de los paquetes agroturísticos y manejar los aspectos de comercialización y promoción.	
FUNCIONES.	
RELACIONES JERÁRQUICAS: <u>Se reporte a:</u> Gerente general <u>Supervisa a:</u> No tiene personal a su cargo <u>Se relaciona con:</u> Jefe de finanzas y administración, jefe de desarrollo de producto.	
FUNCIONES <ul style="list-style-type: none"> ▪ Define las estrategias de ventas a corto, mediano y largo plazo. ▪ Estructura métodos para el impulso y desplazamiento de los productos agroturísticos de mayor rentabilidad y demanda, fortaleciendo su posicionamiento en el mercado. ▪ Evalúa el desempeño de las ventas de los paquetes agroturísticos y en conjunto con el encargado del departamento de control de la calidad. ▪ Mantiene la comunicación constante con el encargado de desarrollo de paquetes turísticos sobre las evaluaciones realizadas a los mismos. 	

 <p>Aso AGROTUR</p>	ASOCIACIÓN AGROTURÍSTICA			FECHA	19 / Mayo / 2005		
	MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS			PAGINA	2	DE	2
				SUSTITUYE A			
	PAGINA		DE				
			FECHA				

NOMBRE DEL PUESTO:

Jefe de comercialización.

FUNCIONES.

- Conserva en la fuerza de ventas de los productos turísticos un espíritu positivo y motivaciones crecientes para obtener resultados favorables en las mejores condiciones de trato y eficiencia.


REQUISITOS DEL CARGO

EDUCACIÓN: poseer estudios de 3er año de mercadeo o administración de empresas.


EXPERIENCIA: - Experiencia en venta de prestación de servicios
 - Conocimiento de los diferentes lugares y servicios que se pueden dar en la zona

CARACTERÍSTICAS PERSONALES:

- Habilidad para realizar transacciones.
- Responsable.
- Habilidad para tomar decisiones.
- Habilidad para comunicarse en forma oral y escrita de manera clara y concisa.
- Habilidad para recibir instrucciones verbales y/o escritas.
- Poseer buenas relaciones humanas y habilidad de expresión oral.

 <p>Aso AGROTUR</p>	ASOCIACIÓN AGROTURÍSTICA			FECHA	19 / Mayo / 2005		
	MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS			PAGINA	1	DE	2
				SUSTITUYE A			
				PAGINA		DE	
				FECHA			

MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS	
NOMBRE DEL PUESTO: Jefe de Desarrollo de Paquetes Agroturísticos	SUELDO MENSUAL: De \$ _____ a \$ _____
NOMBRE DE LA UNIDAD: Desarrollo de Paquetes Agroturísticos	
OBJETIVO: Crea los diferentes paquetes agroturísticos, a partir de la investigación de los productos y determina los servicios necesarios que se pueden incorporar.	
FUNCIONES.	
RELACIONES JERÁRQUICAS: <u>Se reporta a:</u> Gerente general <u>Supervisa a:</u> No tiene personal a su cargo <u>Se relaciona con:</u> Jefe de finanzas y administración, jefe de comercialización	
FUNCIONES <ul style="list-style-type: none"> ▪ Observa las recomendaciones que el área de calidad dicte para la mejora continua de los productos turísticos. ▪ Hace programación de actividades, de acuerdo a las ventas de los paquetes agroturísticos. ▪ Coordina a los guías turísticos para la atención de los clientes según la programación de las actividades. ▪ Mantiene comunicación constante con encargado de comercialización y control de la calidad para tomar en cuenta problemas que se dan en los paquetes agroturísticos y reestructurarlos. 	

 <p>Aso AGROTUR</p>	ASOCIACIÓN AGROTURÍSTICA			FECHA	19 / Mayo / 2005		
	MANUAL DE DESCRIPCIÓN DE PUESTOS			PAGINA	2	DE	2
				SUSTITUYE A			
	PAGINA		DE		FECHA		

NOMBRE DEL PUESTO:

FUNCIONES.

- Recomienda a la Gerencia el desarrollo de productos nuevos y los planes para su desarrollo.
- Estratifica el mercado para concretar el ritmo de la expansión planeada.
- Establece el costo y precio de los productos agroturísticos

REQUISITOS DEL CARGO

EDUCACIÓN: poseer estudios de 3er año de mercadeo o administración de empresas

EXPERIENCIA: - Experiencia en venta de prestación de servicios
 - Conocimiento de los diferentes lugares y servicios que se pueden dar en la zona

CARACTERÍSTICAS PERSONALES:

- Habilidad para realizar transacciones.
- Responsable.
- Habilidad para tomar decisiones.
- Habilidad para comunicarse en forma oral y escrita de manera clara y concisa.
- Habilidad para recibir instrucciones verbales y/o escritas.
- Poseer buenas relaciones humanas y habilidad de expresión oral.

c. Desarrollo del plan estratégico de la asociación.

Misión

“Somos una asociación agroturística, dedicada a lograr la plena satisfacción de nuestros clientes a través de ofrecer paquetes agroturísticos donde participen, conozcan y disfruten momentos de óseo en actividades agropecuarias, complementadas con actividades artesanales, ecológicas y culturales propias de la localidad, contando con un personal capacitado y con experiencia en el ramo de manera que contribuya al desarrollo socio económico de los asociados”.

Visión

“Ser reconocidos como líderes por ofrecer paquetes agroturísticos de alta calidad, los cuales se integren con actividades culturales y ecológicas de la localidad, con recurso humano comprometidos y capacitado de tal manera que proporcionen los momentos de óseo más placenteros a nuestros clientes”.

Objetivos estratégicos

1. Desarrollar e impulsar mecanismos de financiamiento que permitan poner a disposición de la organización créditos a tasas de interés bajos para promover la inversión en proyectos agroturísticos, a través de los cuales se fortalezcan las capacidades locales en la prestación de productos y servicios.
2. Involucrar y hacer participación activa de las comunidades beneficiadas a través de la organización local, para que estos se apropien del proceso de desarrollo del agroturismo.
3. Establecer mecanismos de apoyo y de coordinación interinstitucional de tal forma que contribuyan el éxito de las acciones emprendidas y al fortalecimiento de las organizaciones locales.
4. Garantizar seguridad al turista, pobladores e inversionistas para propiciar un ambiente confortable para el visitante.

5. Desarrollar las capacidades del recurso humano, a través de la ejecución de programas de capacitación a los integrantes de la organización en el área de agroturístico procurando mejorar la calidad de los servicios y la búsqueda de la especialización turística.
6. Formular e implementar de un plan de mercadeo que permita posicionar el producto agroturístico a nivel local, nacional y regional.
7. Identificar y establecer los mecanismos de integración entre los segmentos del agro y ecoturismo, que permitan posicionar los productos generados e interconectados.

d. Acciones para el desarrollo de los objetivos

Objetivo 1:

Con este objetivo se pretende estimular la inversión de los propietarios de fincas, haciendas, parcelas, estanques u otros en habilitación de servicios propios para la visita turística.

Este objetivo estratégico estará basado en las siguientes acciones:

- Vincular los programas de crédito de la micro, pequeña y mediana empresa rural, con programas de capacitación, asesoría técnica y promoción orientada al fortalecimiento de segmento agroturístico.
- Buscar financiamiento a programas especiales para el establecimiento de cultivos de actividades especiales (ganadería, acuicultura, caficultora, caña de azúcar etc.) y no tradicionales (añil, bálsamo, otros.)
- Dar un impulso de la agroindustria, que permita proporcionar un valor agregado a las materias primas producidas, fortaleciendo sus canales de comercialización.
- Promover la inversión de creación y readecuación de la infraestructura de servicios agroturísticas básicos en el ámbito de alojamiento, alimentación y adecuación parcelaria para fortalecer la oferta y la capacidad de recepción de visitación.
- Buscar la inversión pública complementaria en carreteras, electrificación, puestos de seguridad ciudadana, etc.

Objetivo 2:

Acciones a desarrollar:

- Definir grupos metas e identificar líderes de comunidades en zonas estratégicas preseleccionadas.
- Promover el involucramiento y participación de la mayor cantidad posible de los miembros de las comunidades.
- Iniciar la promoción y puesta en marcha de la gestión turística a nivel regional que permita la integración y complementación de las ofertas a nivel local, consolidando de esa forma el destino turístico.
- Realizar campañas de sensibilización turística.
- Identificar proyectos y actividades de interés sobre la base de la conservación de los recursos naturales y culturales, para el desarrollo sostenible de la oferta agroturística.

Objetivo 3:

La unificación y coordinación de esfuerzos y recursos entre los diferentes sectores (ONG's, fundaciones, gobiernos locales, empresas privadas, cooperación externa y comunidades), garantizaran optimizar los resultados de las acciones a implementar tales como mejoramiento de la red vial, transporte colectivo y señalización de la red vial y turística, además de considerar un uso eficiente de energía eléctrica y agua potable o fuentes alternas, siendo necesario para ello:

- Disponer de apoyo político.
- Identificar instituciones / organizaciones participantes.
- Fortalecer los comentarios o alianzas estratégicas para unificar esfuerzos interinstitucionales.
- Consolidar la participación de los gobiernos y población local.
- Contribuir a la consolidación del corredor biológico mesoamericano a través del fomento de actividades agroturisticas.
- Identificar e interesar a las asociaciones de residentes salvadoreños en el extranjero para invertir en proyectos agroturísticos.

Objetivo 4:

Entre las acciones identificadas se encuentran.

- Gestión para la ubicación de puestos de la PNC en áreas estratégicas.
- Definición, fortalecimiento y puesta en marcha de corredores turísticos de seguridad.

Objetivo estratégico 5:

Para ello será necesario.

- Realizar talleres participativos con población objetivo que permitan identificar y priorizar áreas temáticas y la formulación de un plan de capacitación con enfoque agroturístico.
- Gestionar ante organizaciones prestadoras de servicios de capacitación el apoyo necesario que permita realizar los planes formulados.
- Buscar el fortalecimiento de organizaciones locales que integren la visión de desarrollo agroturístico que gestiones y coordine entre otras acciones los programas de capacitación.
- Propiciar la educación e interpretación ambiental y productiva en sus diferentes ámbitos, aplicando los principios y técnicas de estas materias.
- Buscar la implementación de técnicas metodologías educativas tales como circuitos de estudio, charlas, giras demostrativas, cursos y otros.

Objetivo 6:

Se han identificado las siguientes acciones prioritarias:

- Elaborar un estudio de mercado nacional y regional.
- Definir los segmentos de turistas o mercados objetivos.
- Especificar de la oferta de agroturismo.
- Crear e impulsar de centros de información en números adecuado localizados estratégicamente de acuerdo a la oferta agroturística.
- Identificar los mecanismos de comunicación y promoción de la oferta agroturística a través de medios eficientes y eficaces.
- Formular de un directorio de la oferta agroturística de El Salvador.
- Promocionar positivamente a Chalatenango como destino turístico en todos sus segmentos.

Objetivo 7:

Es importante posicionar los productos generados e interconectados entre las actividades agroturísticas y ecoturísticas, bajo la perspectiva de sostenibilidad. Ambas actividades son complementarias y bajo ciertas condiciones, pueden suceder en el mismo espacio, como la observación de aves en un cafetal, o una seguida de otra, como los proyectos agropecuarios existentes cerca o junto a áreas naturales.

Esta interrelación puede agregar valor a los productos ofrecidos por lo que los seis objetivos estratégicos anteriores, deben de contemplar la ventaja competitiva de esta interrelación, sin condicionar la existencia individual de cada iniciativa.

Las acciones básicas para fortalecerla son:

- Identificar las de áreas que muestren potencial de complemento entre ambos segmentos.
- Fomentar entre las comunidades involucradas y en áreas geográficas determinadas, la complementariedad de ambos productos que permitan fortalecer y diversificar el destino turístico.
- Desarrollar los mecanismos de promoción que establezcan un vínculo entre ambos segmentos.

e. Descripción y desarrollo de los ejes de la política agroturística.

Descripción:

La política agroturística presentada en este documento está articulada en torno a cuatro ejes interrelacionados:

- i. Turismo y diversas actividades económicas del área como prioridad para contribuir al desarrollo
- ii. Turistas y personas que ofrecen los paquetes totalmente satisfechos.
- iii. Destinos sustentables.
- iv. Empresas competitivas.

Desarrollo:

Eje 1: Turismo y diversas actividades económicas del área como prioridad para contribuir al desarrollo

El primero de estos ejes se orienta hacia la consolidación del turismo y las actividades del área rural como prioridad de él para contribuir al desarrollo y actúa como el punto

de encuentro de los otros tres ejes rectores. No obstante el enorme enfoque que tiene actualmente el turismo es mayor que el de las actividades económicas del área en cuanto a la contribución al desarrollo, existe una percepción distorsionada de su importancia, por lo que esta actividades no son valoradas adecuadamente, se la han calificado como de poca importancia y no se le ha concedido, hasta ahora, el reconocimiento que merece la unión de estas. Si bien, como se ha indicado, efectivamente en *“El Plan Estratégico Para El Impulso Y Desarrollo Del Agroturismo En El Salvador”* impulsado por el MAG, MARN y CORSATUR, es evidente que concretar este principio demanda una acción permanente y efectiva de los interesados, a través de un buen apoyo y una política turística. El turismo es una actividad de una gran complejidad ya que la satisfacción de las necesidades y deseos de los viajeros supone la integración de una muy diversa gama de bienes y servicios públicos y privados, razón por la que se le ha calificado como una actividad transversal. Caso contrario pasa con la las personas de las área rurales, ya que las necesidades y deseos de estos solo supone la integración de los elementos que satisfagan sus necesidades, que en muchas ocasiones se limitan a la sobre vivencia.

Eje 2: Turistas y personas que ofrecen los paquetes totalmente satisfechos

El segundo de los ejes supone la identificación de que el turismo funciona como una actividad de mercado en la que la lucha por los clientes es de alta rivalidad y por ello las diferentes acciones estarán encaminadas hacia el logro de turistas totalmente satisfechos. El primer paso para tener turistas totalmente satisfechos consiste en la adecuada identificación de los mercados, privilegiando aquellos que generen una mayor rentabilidad para las empresas y para los destinos. Una vez seleccionados, los destinos deberán posicionarse en ellos de manera singular, perfectamente diferenciada, a través de un agresivo esfuerzo de mercadotecnia en el que sobresale la acción promocional. La información adquiere un valor crítico y puede ser la gran diferencia en el momento de la toma de decisión de viaje. Así mismo se debe participar de manera activa en el apoyo a mecanismos para garantizar la seguridad de los turistas. En la actualidad, difícilmente puede imaginarse una actividad económica que no esté inmersa en un proceso de mejora continua que tienda a elevar la calidad de sus productos y servicios y el sector turístico no será la excepción. En una actividad intensiva en uso de mano de obra como es el turismo, donde esos trabajadores tienen contacto directo y personal con los clientes, la calidad de su preparación es fundamental y debe constituir una oportunidad para

demostrar que existe una ventaja con relación a los competidores porque los servicios no sólo se proporcionan con calidad, sino que son brindados con la calidez tradicional de los salvadoreños. Por ello, la atención a la formación de los recursos humanos para el sector turístico, agrícola, la capacitación y la actualización permanente de los prestadores de servicios, así como el fortalecimiento de la cultura turística, son temas prioritarios en la estrategia de desarrollo turístico.

Eje 3: Destinos sustentables

La práctica del turismo y de muchas actividades del área rural se da a final de cuentas en el nivel de las localidades, por ello el tercer eje de la política se concentra en destinos sustentables. Propiciar el desarrollo sustentable en el turismo es parte de un compromiso universal. Destinos sustentables y altamente competitivos, que sean respaldados con calidad integrada en los servicios y procesos de atención, proveerán la base para potenciar la actividad turística nacional, contribuyendo a contar con turistas totalmente satisfechos. Es importante adoptar la sustentabilidad como política fundamental de desarrollo, entendida como concepto y condición de toda acción turística a fin de mantener el ciclo de servicio entre el hombre y su entorno, con respeto a los recursos naturales y culturales y defendiendo su identidad, creencias y tradiciones.

Eje 4: Empresas competitivas

Finalmente, el cuarto eje de la política turística supone el impulso a los establecimientos productivos, de forma tal que se constituyan como empresas competitivas. En la administración moderna uno de los paradigmas imperante es el de la competitividad, entendida como la capacidad para obtener beneficios por encima de las empresas del mismo sector de manera sostenida a lo largo del tiempo. La conformación de conglomerados (circuitos) geográficos en los que se concentraran compañías interconectadas en una actividad similar, aunque en principio parecerá inherente al turismo, en la práctica de los destinos hacia Chalatenango, no lo es, lo que se traduce en una desventaja competitiva. La competitividad se traduce finalmente en el valor percibido de las experiencias adquiridas por los turistas, por lo que la estrategia debería orientarse, a partir de la construcción de los conglomerados, a satisfacer de mejor manera las necesidades, deseos y expectativas de los turistas, es decir a ofrecer una experiencia de mayor valor que la de los competidores.

f. Políticas de la organización

Es por todo esto que a continuación se presentan las políticas para la asociación prestada de servicio:

i. Política de turismo y transporte.

- Los servicios que se prestan son seguros, confiables, diversos y precios accesibles.
- Los precios son diferenciados de acuerdo a las atracciones que el cliente pida.

ii. Política de promoción.

- Promover la comunicación y presencia institucional con fines turísticos en la asociación.
- Crear sinergias con autoridades y directivos de empresas turísticas que ayuden a la promoción de esta.

iii. Política de desarrollo sustentable del agroturismo.

- La asociación debe consensuar con las instancias de gobierno acciones sobre el agroturismo capaz de generar recursos que contribuyan al desarrollo económico y social y la protección del patrimonio natural, así como para su preservación.

iv. Política de capacitación y formación de recursos humanos.

- La población donde se desarrolle el modelo debe educarse para detonar la actividad agroturística, incentivando la capacitación para el trabajo y vinculando a las mujeres con sus capacidades.
- Toda capacitación debe enfocarse en privilegiar el desarrollo de las comunidades locales, impulsando la educación de los jóvenes sin distinción de género.

v. Política de turismo cultural.

- Los paquetes agroturísticos deben incluir acciones que evolucionen la puesta en valor de los sitios arqueológicos, coloniales, manifestaciones de arte y tradiciones, monumentos y edificios históricos, así como otras expresiones culturales
- La asociación debe de crear acciones para generar recursos para la conservación del patrimonio cultural y costumbres de la zona

vi. Política de seguridad, orden y respeto.

- La asociación debe de integrar acciones preventivas y disuasivas en forma coordinada entre organizaciones gubernamentales y no gubernamentales para garantizar la seguridad del turista, transporte y estadía en los centros agroturísticos del departamento.

vii. Política de turismo y salud.

- Instrumentar acciones para fomentar el manejo higiénico de alimentos y bebidas, otorgando reconocimiento a las instalaciones que ofrezcan servicios adecuados a la salud del turista, así como procurar la atención médica a quienes lo requieran, con el seguimiento de cada caso incurrido.

viii. Política de infraestructura y equipamiento.

- Propiciar la planeación integral de los destinos y condiciones mínimas en la dotación de infraestructura turística, urbana y de transporte, que debe ser suficiente en calidad y cantidad para atender los requerimientos de inversión en oferta turística, de la población local y de los visitantes, evitando desfases entre la demanda y dotación de infraestructura y equipamiento en los centros para el turismo.

g. Los principios y valores de la asociación.

En una administración los principios son verdades fundamentales o lo que se considera verdades en un momento dado ya que explican la relación entre dos o más conjuntos de variables, generalmente entre una variable dependiente y una independiente, por lo que para una empresa es importante el tenerlos establecidos.

A continuación se presentan los principios y valores señalados para la asociación prestadora de servicios agroturísticos:

CUADRO 36 PRINCIPIOS Y VALORES PARA LA ASOCIACION

PRINCIPIOS	VALORES
IGUALDAD	<ul style="list-style-type: none"> ✓ RESPETO ✓ NO DISCRIMINACIÓN ✓ PARTICIPACIÓN
HONESTIDAD E INTEGRIDAD	<ul style="list-style-type: none"> ✓ VERACIDAD ✓ COMPROMISO

	✓ RESPONSABILIDAD
TRANSPARENCIA	✓ RECTITUD ✓ OBJETIVIDAD
PREVALECÍA DEL BIEN COMÚN	✓ SERVICIO ✓ CALIDAD
INNOVACIÓN	✓ COMPROMISO ✓ MEJORA

h. Establecimiento de capacidad de atención de la asociación.

Para el establecimiento de la capacidad de atención de la asociación prestadora de servicios agroturísticos, se toma en cuenta el porcentaje de visitas mensuales a los parques que administra el ISTU, así como también el total de personas a atender en el primer año de operación, siendo esta de 13,547 turistas; tal como se muestra en la siguiente cuadro y para calcular el promedio a atender por semana se divide el promedio mensual entre 52 semanas que posee el año.

No DE PERSONAS ESPERADAS POR SEMANA

MESES	% DE VISITAS	PROMEDIO MENSUAL	PROMEDIO POR SEMANA
Enero	3.00%	406	94
Febrero	6.00%	813	188
Marzo	15.00%	2032	469
Abril	10.00%	1355	313
Mayo	4.00%	542	125
Junio	5.00%	677	156
Julio	5.00%	677	156
Agosto	15.00%	2032	469
Septiembre	5.00%	677	156
Octubre	8.00%	1084	250
Noviembre	4.00%	542	125
Diciembre	20.00%	2709	626
	100.00%	13547	3129

Una vez establecida la cantidad de turistas que se esperan por semana, se calcula la cantidad de personas que optaran por cada uno de los paquetes diseñados para el modelo, para ello es necesario retomar los resultados de la encuesta hechas a los posibles asociados, de esta forma se calculara la cantidad de personas que se necesitan para prestar los diferentes servicios.

En la siguiente tabla se presenta la distribución de cada uno de los paquetes:

DISTRIBUCIÓN DE PAQUETE A ATENDER

MESES	PAQUETES			NO DE PAQUETES PROMEDIO	TOTAL DE PAQUETES
	P1	P2	P3		
Enero	46	31	17	48	94
Febrero	92	62	34	96	188
Marzo	230	155	84	239	469
Abril	153	103	56	160	313
Mayo	61	41	23	64	125
Junio	77	52	28	80	156
Julio	77	52	28	80	156
Agosto	230	155	84	239	469
Septiembre	77	52	28	80	156
Octubre	123	83	45	128	250
Noviembre	61	41	23	64	125
Diciembre	307	206	113	319	626
TOTAL	1533	1032	563	133	

Tomando el mes de diciembre por ser el valor, se calcula el número de asociados necesarios para atender tanto a los servicios de alimentación y alojamiento:

✓ Alimentación

La alimentación estimada es de 3 platos por día, necesitándose 921 platos para el paquete 1; 1,236 platos para el paquete 2 y 1,017 platos para el paquete 3 sumando la cantidad de 3,174 platos. Haciendo una estimación de que 3 personas se necesitan para la elaboración de 60 platos, se obtiene que para 454 platos que se ofrecen diariamente es de 25 personas.

✓ Alojamiento

Según las encuestas realizadas a las personas individuales, manifestaron que la cantidad máxima que ellos pueden alojar en sus lugares de vivienda es de 6 personas cada uno de ellos, por lo que para este servicio solo se toma en cuenta los valores obtenidos en los paquetes 2 y 3, siendo estos de 206 y 113 respectivamente, haciendo una sumatoria de 319 turistas, necesitándose un aproximado de 54 personas que puedan atender el servicio de alojamiento.

i. Distribución de Utilidades o Pérdidas.

La distribución de utilidades o pérdidas entre los socios se hará proporcionalmente a sus aportaciones;

Al socio, le corresponderá la mitad de las ganancias, y si fueren varios, esta mitad se dividirá entre ellos, por igual.

Los socios harán contribuciones monetaria por igual valor sobre la base de las ganancias y el número de asociados.

Para el caso del modelo se tiene una participación de 67 asociados.

j. Requerimientos físicos para el funcionamiento de la asociación.

Para el modelo es necesario establecer la distribución física de la oficina de la asociación. Definiendo las áreas requeridas para el funcionamiento en base al diseño de la organización, se tiene una mayor facilidad para establecer la distribución final de la misma, teniendo solamente que adecuar la distribución propuesta a un espacio físico que cumpla con los requerimientos de superficies establecidos.

i. Determinación de áreas.

Las áreas que se han determinado en base a las funciones básicas a desempeñar en la asociación, se presentan en el cuadro 3.13

CUADRO 37 ÁREAS REQUERIDAS.

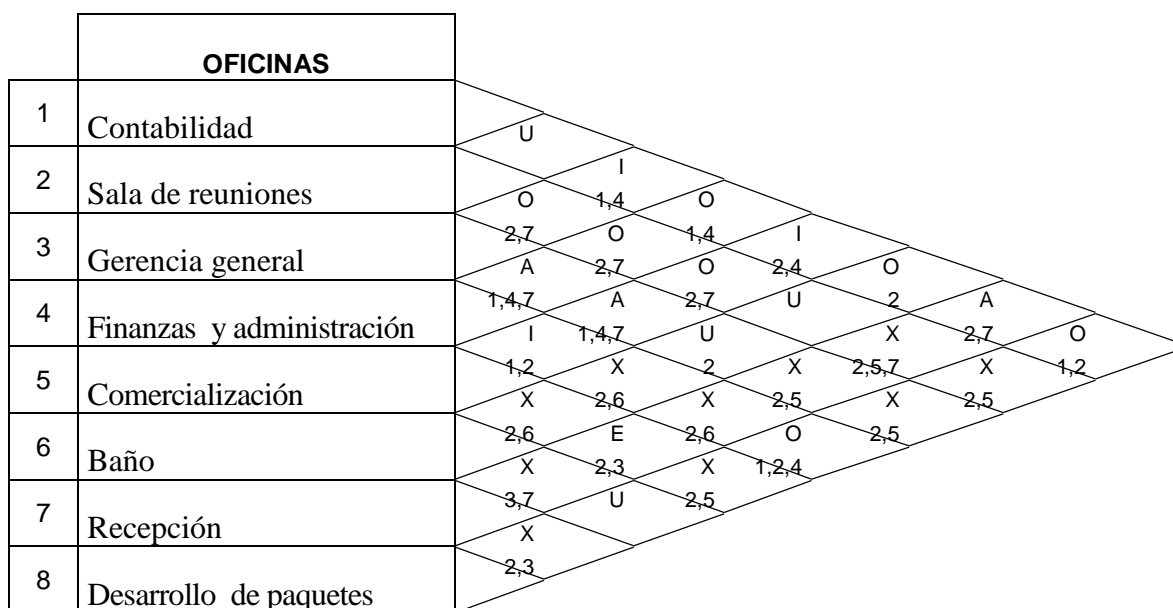
ÁREAS REQUERIDAS	
Contabilidad	Comercialización
Sala de reuniones	Baño
Gerencia general	Recepción
Finanzas y administración	Desarrollo de paquetes

ii. Distribución en planta.

Siguiendo el proceso conocido para la distribución en planta, se procede a establecer las relaciones entre las áreas requeridas para el proceso de prestación de servicios y administrativo, haciendo uso de las actividades relacionadas, en donde en la figura 8 se presente los resultados:

CARTA DE ACTIVIDADES RELACIONADAS.

FIGURA 7 CARTA DE ACTIVIDADES RELACIONADAS.



CERCANÍA	
A	Absolutamente importante
E	Especialmente importante
I	Importante
O	Normal
U	Sin importancia
X	Indeseable

CLAVE	
1	Tramites en común
2	Conveniencia
3	Presentación al publico
4	Secuencia de tramite
5	Privacidad en el trabajo
6	Higiene
7	Distancia recorrida

Tomando en cuenta el diagrama anterior, para la distribución y relación de áreas resulta adecuado hacer un cuadro 38 que resuma las relaciones entre las diferentes áreas trabajadas en la carta.

CUADRO 38 RESUMEN DE ACTIVIDADES.

No	ACTIVIDAD	A	E	I	O	U	X
1	Contabilidad	7		3,5	4,6,8	2	
2	Sala de reuniones				3,4,5	1,6	7,8
3	Gerencia general	4,5		1	2		6,7,8
4	Finanzas y administración	3		5	1,2,8	6	7
5	Comercialización	3	7	1,4	2		6,8

6	Baño				1	2,4,8	3,5,7
7	Recepción	1	5				2,3,4,6,8
8	Desarrollo de paquetes				1,4	6	2,3,5,7

De esta forma se determina el diagrama de bloque para poder tener de manera general, una posible distribución de las oficinas de la asociación, dicho diagrama queda como se muestra en el siguiente esquema:

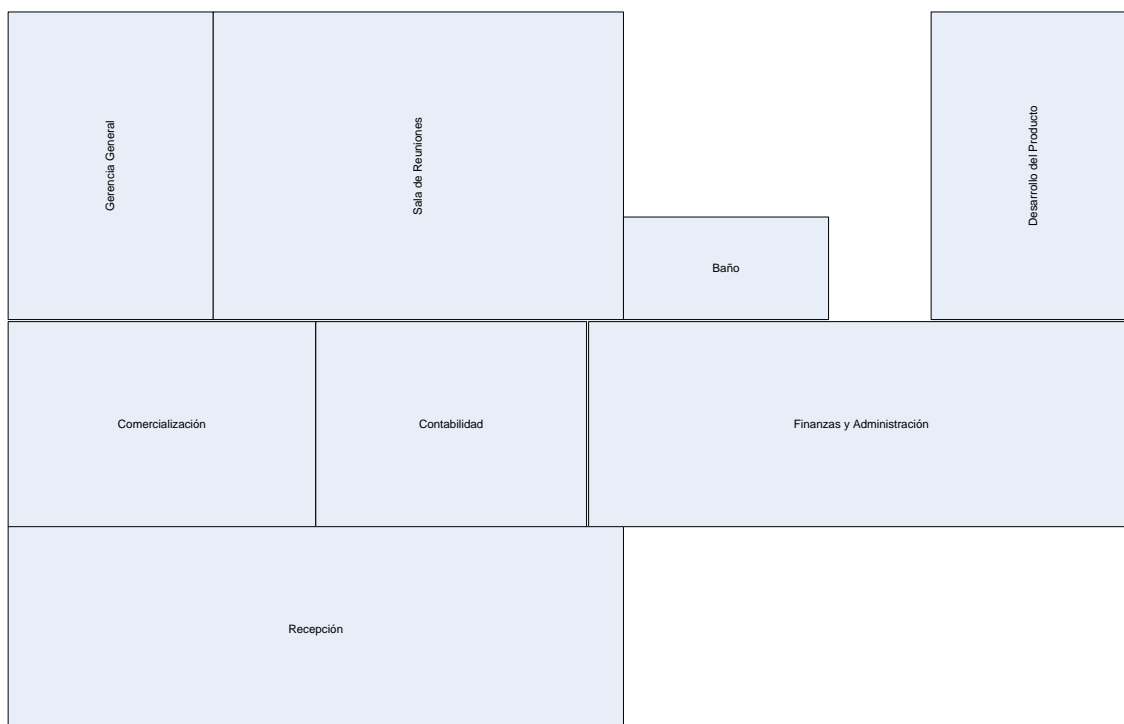
Gerencia general	Sala De reuniones	Baño	
Mercadeo y ventas	Contabilidad	Finanzas y administración	Desarrollo de paquete
Recepción			

A continuación se presenta la información ordenada para la elaboración de la hoja de trabajo con el objeto de determinar el área total de espacio requerido para cada una de las oficinas de la asociación. Para elaborar los cálculos se ha considerado un módulo de 2 x 2 cms (4 cm²), con el cual se puede calcular las diferentes áreas para el patrón utilizado en la primera aproximación. El tamaño del patrón se calcula de tal forma que dos números multiplicados (largo y ancho del patrón) entre si, den por resultado el número de módulos. La hoja de trabajo es la siguiente:

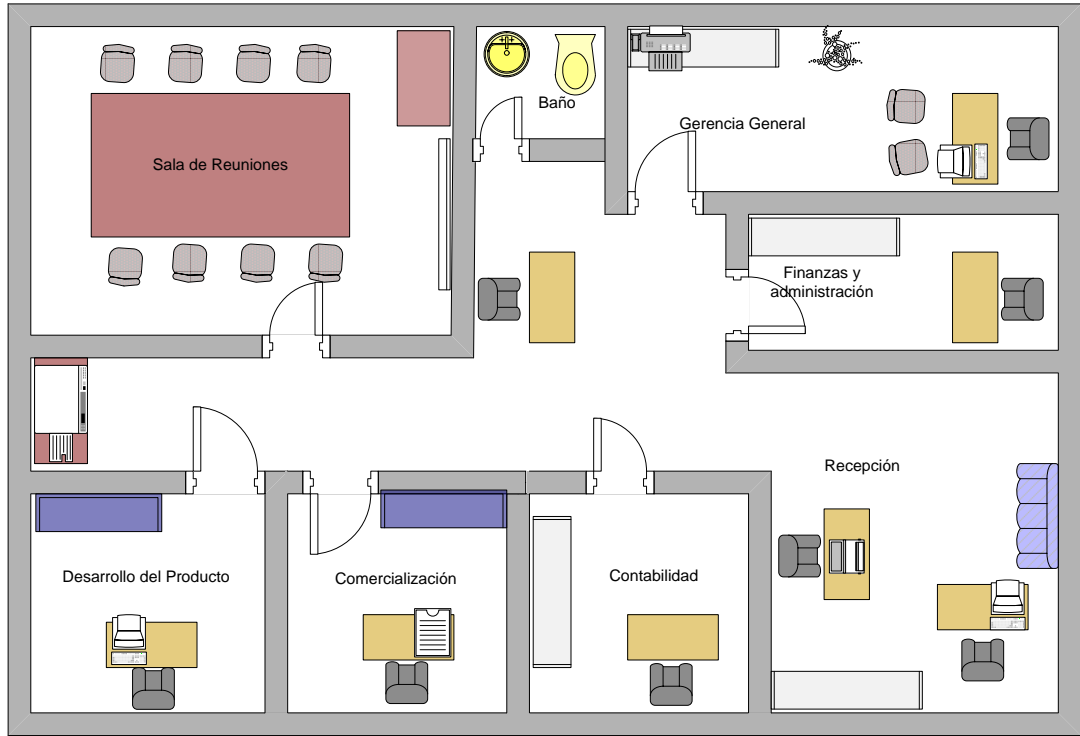
	Mts ² ESTIMADOS		TAMAÑO DEL MODULO 2 x 2 = 4 Mts ²	
ACTIVIDADES O	AREA IND.	AREA	No DE	TAMAÑO

AREA		TOTAL	MODULO (A. TOTAL / 4)	DEL PARTON
Contabilidad	6	6	1.50	1.00 x 1.50
Sala de reuniones	20	20	5.00	1.50 x 2.00
Gerencia general	12	12	3.00	1.50 x 2.00
Finanzas y administración	9	9	2.25	2.25 x 1.00
Comercialización	9	9	2.25	2.25 x 2.00
Baño	2	2	0.50	0.50 x 1.00
Recepción	16	16	4.00	4.00 x 1.00
Desarrollo de paquetes	24	24	6.00	3.00 x 2.00

Relacionando todas las técnicas anteriores se puede determinar la primera aproximación tomando como base el diagrama de bloques realizados. La primera aproximación se muestra a continuación:



Tomando como base el esquema anterior, la distribución modelo para la oficina de la asociación prestadora de servicio queda como se ve en el plano de la siguiente manera:



	25 – Septiembre - 2005		UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
DIBUJO	Rosario Hernández		
COMPROBÓ	Ángel Yánez Guillermo Palacios		
Escala 1:75	Distribución de oficinas administrativas de la asociación ASO AGROTUR	Sustituye a:	
		Sustituido por:	

iii. Requerimiento de equipo y mobiliario.

Para la operación eficiente de la asociación es necesario definir los requerimientos de equipo y mobiliario, los cuales se presente en el cuadro 39:

CUADRO 39 MOBILIARIO Y EQUIPO.

EQUIPO	CANTIDAD
Escritorios	8
Mesas	3
Estantes	4
Porta libros	2
Sillas de oficina	8
Sillón	1
Sillas publicas	10
Archiveros	2
Conmutador	1
Teléfonos	8
Fax	1
Computadoras	3
Fotocopiadoras	1
Máq. De escribir	1
Pizarra acrílica	1

E. SUBSISTEMA DE CONTABILIDAD.

1. INTRODUCCIÓN.

Hablar de una contabilidad para una empresa cualquiera, quizá resulte un tanto contradictorio, esto considerando que los niveles de venta que manejan son pequeños y no tendría mucho sentido de hacerlo.

Sin embargo es importante considerar que aunque se manejan niveles de ventas pequeños debe llevarse algún tipo de registro que le permita al propietario saber en un momento determinado cual es la situación financiera de la empresa, es decir conocer si esta perdiendo o si esta ganando, además de ello es importante que se lleve un control sobre los gastos en que se incurran.

2. OBJETIVOS.

- Servir para obtener en cualquier momento una información ordenada y sistemática sobre el desenvolvimiento económico y financiero de la asociación.
- Establecer en términos monetarios, la cuantía de los bienes, deudas y el patrimonio que posee la empresa.
- Llevar un control de todos los ingresos y egresos.
- Facilitar la planeación, ya que no solamente da a conocer los efectos de una operación mercantil, sino que permite prever situaciones futuras.
- Determinar las utilidades o pérdidas obtenidas al finalizar el ciclo contable.
- Servir de fuente fidedigna de información ante terceros.

3. MARCO TEÓRICO.

La contabilidad se define como “un sistema adaptado para clasificar los hechos económicos que ocurren en un negocio”²⁰. De tal manera que, se constituya en el eje central para llevar a cabo los diversos procedimientos que conducirán a la obtención del máximo rendimiento económico que implica el constituir una empresa determinada. Otra definición que se puede dar de la contabilidad es “la ciencia y técnica que enseña a recopilar, clasificar y registrar de una forma sistemática y estructural, las operaciones mercantiles realizadas por una empresa, con el fin de producir informes que, analizados e interpretados, permitan planear, controlar y tomar decisiones sobre la actividad de la empresa”²¹.

Para conducir una empresa eficazmente es necesario saber cuanto dinero se ha recibido, cuanto dinero se ha gastado y, más importante aun, cuanto se ha empleado. Un sistema de contabilidad puede proporcionar esta información, el cual evita el tener trabajar adivinando o haciendo números en el aire, sin ningún fundamento.

La información suministrada por Contabilidad puede usarse tanto directa como indirectamente, por ejemplo:

CUADRO 40 USUARIOS DIRECTOS E INDIRECTOS DE INFORMACIÓN CONTABLE

USUARIOS DIRECTOS	USUARIOS INDIRECTOS
Propietarios	Sindicatos
Gerentes	Expertos financieros
Acreedores	Mercados de valores
Proveedores	Abogados
Autoridades de impuestos	Autoridades gubernamentales
Empleados	Prensa financiera

²⁰ www.La_Contabilidad_Monografias_com.htm

²¹ www.Conceptos_Básicos_de_Contabilidad.htm

Clientes	Asociaciones comerciales
----------	--------------------------

La contabilidad es parte de las actividades económicas ya sean de personas naturales o entes jurídicos, que conducen necesariamente a relacionar la contabilidad con cada uno de ellos. Para ello se presenta a continuación las principales funciones de la contabilidad de acuerdo a las principales relaciones que esta tiene:

1. CON LA DOCUMENTACIÓN COMERCIAL. El conocimiento contable se encarga del análisis y registro de los documentos que legalizan las transacciones realizadas por la empresa.
2. ENTRE LA ASOCIACIÓN Y LAS DECISIONES DE GERENCIA. En la figura **1 se presenta de manera ordenada la ayuda que puede ofrecer la contabilidad entre la asociación y la gerencia.

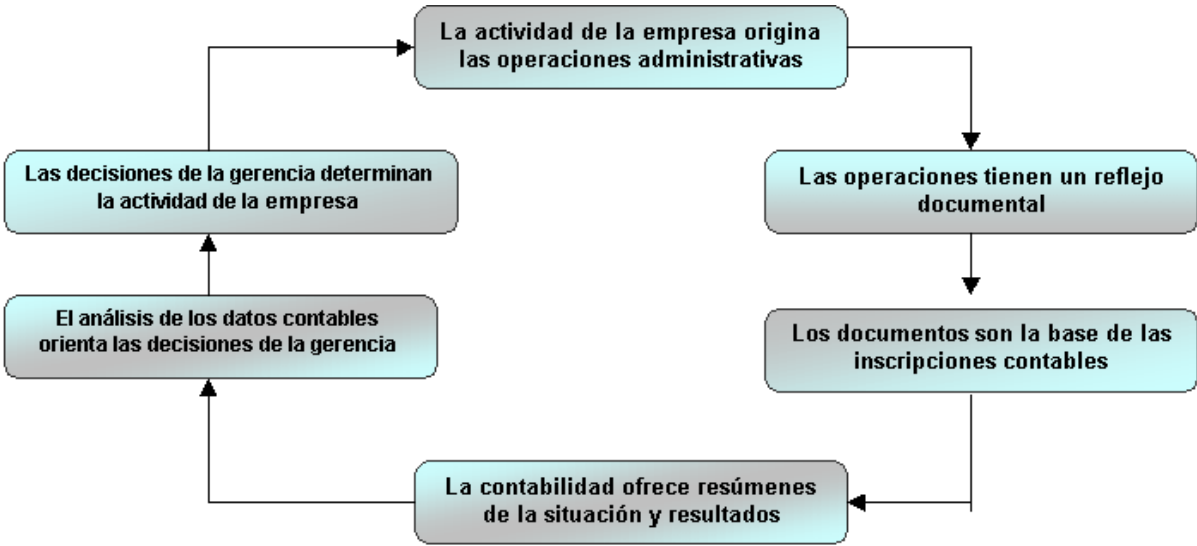


FIGURA 8: RELACIÓN ENTRE LA ASOCIACIÓN Y LAS DECISIONES DE GERENCIA.

4. FORMATOS QUE LO CONFORMAN.

Los formatos tienen como finalidad llevar la información contable de una organización, lográndose un mejor aprovechamiento de los recursos limitados con que cuentan, organizando los datos requeridos para estos formatos en forma más sencilla de manera que

sean fácilmente comprensibles. Los formatos que serán utilizados par el registro de las transacciones de la cooperativa prestadora de servicio turístico son los siguientes:

- **Control de servicios prestados.**

Este formato será utilizado cada vez que se efectúe una venta del servicio turístico, luego las transacciones deben ser reportadas en el informe de ventas y control de ingresos y gastos.

- **Gastos por servicio.**

En este formato se deberán reportar todos aquellos gastos que el servidor realiza para poder dar un servicio de calidad.

- **Informe de ventas**

Cada vez que se realicen una transacción, se debe de especificar con detalle dicha operación en este formulario.

- **Control de ingresos y gastos.**

En este formulario se debe llevar un control estricto de todos los gastos en que ha incurrido la cooperativa así como los ingresos percibidos por la misma.

- **Pagos de salarios.**

En este formulario debe incluir el número de personas que se encuentran laborando en la cooperativa y el salario de cada uno de ellos, el cual debe de realizarse mensualmente.

- **Formatos de contabilidad.**

Esta guía se llevará a cabo a través de los formatos de contabilidad necesarios para su control.

5. DESARROLLO DE LOS FORMATOS.

A continuación se presenta el detalle de cada uno de los formatos que conforman el subsistema de contabilidad:

a. Control de servicios prestados.


OBJETIVO:

Identificar el monto total de los servicios pedidos por el cliente para que luego esta información sea utilizada para el estado de resultados.

INSTRUCTIVO:

1. Eslogan o dibujo que identifica a la empresa prestadora de servicio,
2. Nombre de la asociación prestadora de servicios agroturísticos.
3. Nombre del cliente.
4. Fecha en que se elabora el recibo.
5. No de orden.
6. No correlativo de la descripción.
7. Descripción o detalle del servicio.
8. No de personas que se atenderán.
9. Precio a pagar por persona.
10. Total a pagar (se obtiene multiplicando (8) con (9)).
11. Sumatoria del total a pagar.
12. Valor del monetario del descuento que se hará (se obtienen de multiplicar (11) con (12))
13. El total a pagar se obtiene de restar a (11) el valor obtenido (12).
14. Firma del administrador o encargado de hacer la factura.
15. Firma del cliente que recibe la factura.

CUADRO 41 FORMATO DE SERVICIOS PRESTADOS

 <p>Aso AGROTUR</p> <p>(1)</p>		<p align="center">ASOCIACIÓN PRESTADORA DE SERVICIO AGROTURISTICO (2)</p>		
Nombre del cliente: (3) _____ _____		Fecha: (4) _____ No de orden: (5) _____		
No (6)	Descripción (7)	No de personas (8)	Precio (9)	Total (10)
		TOTAL (11)		
		Descuento (12)		
		Total a pagar (13)		
_____ Administrador (14)		_____ Cliente (15)		

b. Control de ingresos y egresos.

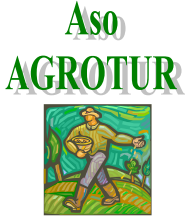
OBJETIVO:

Llevar un registro ordenado y detallado de los diferentes ingresos y gastos de dinero que la empresa efectúa durante su funcionamiento.

INSTRUCTIVO:

1. Eslogan o dibujo que identifica a la empresa prestadora de servicio,
2. Nombre de la asociación prestadora de servicios agroturísticos.
3. Fecha en que se elabora el control de ingresos.
4. Actividad con su descripción detallada.
5. Detalle de los ingresos.
6. Cantidad que ha ingresado.
7. Precio de lo ingresado.
8. Total de lo ingresado; se obtiene de multiplicar (6) por (7).
9. Detalle de los egresos.
10. Cantidad que ha egresado.
11. Precio de lo egresado.
12. Total de lo egresado; se obtiene de multiplicar (10) por (11).
13. Cantidad que existe en inventario.
14. Precio de lo inventario.
15. Total de lo inventariado; se obtiene de multiplicar (14) por (15).
16. Apunte de algunas observaciones.
17. Responsable de haber elaborado el formato de ingresos y egresos.

CUADRO 42 FORMATO PARA CONTROL DE INGRESOS

 <p align="center">Aso AGROTUR</p> <p align="right">(1)</p>	<p align="center">ASOCIACIÓN PRESTADORA DE SERVICIO AGROTURISTICO (2)</p>								
<p>FECHA: _____ (3)</p>									
Actividad (4)	Ingreso (5)			Egresos (9)			Inventario (13)		
	Cantidad (6)	Precio (7)	Total (8)	Cantidad (10)	Precio (11)	Total (12)	Cantidad (14)	Precio (15)	Total (16)
<p>Observaciones _____ (17) _____.</p>									
<p>Responsable _____ (18) _____.</p>									

c. Control de adelantos de salarios (anticipos)

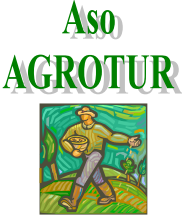
OBJETIVO:

Servir como comprobante a la asociación para llevar un control de los descuentos que se realicen a los respectivos trabajadores que lo solicitan para poder llevar los egresos necesarios para el llenado de la planilla de pagos.

INSTRUCTIVO:

1. Eslogan o dibujo que identifica a la empresa prestadora de servicio,
2. Nombre de la asociación prestadora de servicios agroturísticos.
3. Cantidad de dinero solicitada en dólares.
4. Nombre del trabajador.
5. Puesto que ocupa en la asociación.
6. Cantidad de dinero escrito en letras.
7. Día en que se realizó el anticipo.
8. Mes en que se realizó el anticipo.
9. Año en que se realizó el anticipo.
10. Firma del trabajador que solicitó el anticipo.
11. Firma del encargado de finanzas.

**CUADRO 43 FORMATO DE CONTROL DE ADELANTOS DE SALARIOS
(ANTICIPOS).**

 <p>(1)</p>	<p align="center">ASOCIACIÓN PRESTADORA DE SERVICIO AGROTURISTICO (2)</p>	
		<p align="right">POR (3) _____.</p>
<p>Yo _____ (4) _____, con cargo _____ (5) _____, hago constar que he recibido _____ (6) _____, en concepto de adelanto de salario para el pago.</p> <p>El día _____ (7) _____ mes _____ (8) _____ de _____ (9) _____.</p>		
<p align="center">_____ (10) _____ Trabajador.</p>	<p align="center">_____ (11) _____ Encargado de las finanzas.</p>	

d. Pagos de salarios.

OBJETIVO:

Proporcionar a la empresa un instrumento mediante el cual esta pueda calcular el salario que le corresponde a cada trabajador.

INSTRUCTIVO:

1. Eslogan o dibujo que identifica a la empresa prestadora de servicio,
2. Nombre de la asociación prestadora de servicios agroturísticos.
3. Fecha de elaboración.
4. Fecha de cancelación
5. Descripción del mes en que se esta elaborando el formato de pago de salarios.

6. Descripción del año en que se esta elaborando el formato de pago de salarios.
7. Nombre del trabajador.
8. Salario del trabajador.
9. Descuentos realizados al trabajador durante el mes los cuales pueden ser: anticipos, abonos u otros.
10. El salario neto resultara de restar o sumar (9) a (8).
11. El nombre del encargado de llenar el formato de pago de salarios.
12. La firma del encargado de llenar el formato de pago de salarios.

CUADRO 44 FORMATO PARA PAGO DE SALARIOS

 <p>(1)</p>	ASOCIACIÓN PRESTADORA DE SERVICIO AGROTURISTICO (2)				
FECHA DE ELABORACIÓN: (3) _____					
FECHA DE CANCELACIÓN: (4) _____					
CORRESPONDIENTE A MES: (5) _____ DEL AÑO: (6) _____					
TRABAJADOR (7)	SALARIO NORMAL (8)	DESCUENTOS (9)			SALARIO NETO (10)
		ANTICIPOS	ABONO	OTROS	
ELABORADO POR: (11) _____		FIRMA: (12) _____			

e. Estado de pérdidas y ganancias


OBJETIVO:

Identificar la situación financiera de la empresa para poder visualizar el futuro económico de la misma.

INSTRUCTIVO:

1. Eslogan o dibujo que identifica a la empresa prestadora de servicio,
2. Nombre de la asociación prestadora de servicios agroturísticos.
3. Nombre del rubro que se va a analizar.
4. Monto del rubro que se va a analizar.
5. Ventas totales del mes.
6. Total de ventas del mes.
7. Costo de los servicios
8. Utilidad marginal
9. Costos totales
10. Costos administrativos.
11. Utilidad bruta.
12. Valor de impuestos sobre la renta.
13. Valor de la utilidad neta.
14. Utilidad neta.
15. Valor de las amortizaciones
16. Valor de los pagos principales.
17. Flujo de efectivo.

CUADRO 45 FORMATO PARA ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

<p style="text-align: center;">Aso AGROTUR</p>  <p style="text-align: right;">(1)</p>	ASOCIACIÓN PRESTADORA DE SERVICIO AGROTURISTICO (2)	
RUBRO (3)	MONTO (4)	
VENTAS TOTALES(5)		
Total de ventas (6)		
Costo de servicio (7)		
Utilidad marginal (8)		
COSTOS TOTALES (9)		
Costos administrativos (10)		
UTILIDAD BRUTA (11)		
Impuestos sobre la renta (12)		
Utilidad neta (13)		
UTILIDAD NETA (14)		
Amortizaciones (15)		
Pago principales (16)		
FLUJO DE EFECTIVO (17)		

f. Balance general


OBJETIVO:

Identificar los montos del activo, pasivo y capital en una fecha específica para conocer los recursos que poseen la empresa, sus adeudos y su capital real.

INSTRUCTIVO:

1. Eslogan o dibujo que identifica a la empresa prestadora de servicio,
2. Nombre de la asociación prestadora de servicios agroturísticos.
3. Registro correspondiente al mes evaluado
4. La disponibilidad que tienen la empresa.
5. Valores de caja y/o bancos
6. Lo que tiene que hacer la empresa.
7. Valores de los diferentes elementos a inventariar.
8. Lo que tiene fijo la empresa.
9. Valores de activos tangibles
10. Valores de activos intangibles
11. Valores de depreciación
12. Valores de imprevistos
13. Sumatoria de los activos totales
14. Datos exigibles del pasivo
15. Valores de cuentas por pagar.
16. Valores de la obligación Laboral
17. Capital
18. Valores del capital social
19. Sumatoria del pasivo mas el capital
20. Firma del responsable que lo realizo

CUADRO 46 FORMATO PARA BALANCE GENERAL

 <p>Aso AGROTUR</p> <p>(1)</p>	ASOCIACIÓN PRESTADORA DE SERVICIO AGROTURISTICO (2)		
REGISTRO CORRESPONDIENTE AL MES: _____ (3) _____.			
ACTIVOS			
Disponible (4)			
	Caja y bancos (5)		
Realizable (6)			
	Inventario (7)		
Fijo (8)			
	Activo tangible (9)		
	Activo intangible (10)		
	Depreciación (11)		
	Imprevistos (12)		
ACTIVOS TOTALES (13)			
PASIVOS Y CAPITAL			
PASIVO			
Exigible (14)			
	Cuentas por Pagar (15)		
	Obligación Laboral (16)		
CAPITAL (17)			
	Capital Social (18)		
TOTAL PASIVO + CAPITAL (19)			
F _____ (20) _____. Firma De Responsable			

6. CASO PRÁCTICO.

Los elementos que se presentan a continuación servirán para que cualquiera de la asociación sepa como llenar los formatos y registros que se plantean en el modelo. Haciendo la aclaración de que los formatos de control de ingresos y gastos, el formato de

estado de pérdidas y ganancias y el formato para el balance general, no serán llenados ya que se presentaran de manera completa en la siguiente etapa.

a. Control de servicios prestados.

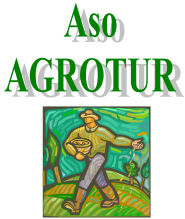
El día lunes 12 de Junio de 2005, el joven Elian Antonio Marroquin solicito los servicios para dos paquetes agroturísticos. Para ello se presenta la manera de cómo llenar el formato para servicios prestados.

FORMATO DE SERVICIOS PRESTADOS

 <p>Aso AGROTUR</p>	<p>ASOCIACIÓN PRESTADORA DE SERVICIO AGROTURISTICO</p>		
Nombre del cliente: <u>Elian Antonio Marroquin</u>	Fecha: <u>12/junio/2005</u>		
	No de orden: <u>001</u>		
Descripción	No de personas	Precio (\$)	Total
Adquisición de dos paquetes agroturísticos	2	66.90	133.80
	TOTAL		133.80
	Otros		
	Total a pagar		133.80
_____		_____	
Administrador		Cliente	

b. Control de ingresos y gastos.


FORMATO PARA CONTROL DE INGRESOS

	ASOCIACIÓN PRESTADORA DE SERVICIO AGROTURISTICO								
FECHA: _____									
Actividad	Ingreso			Egresos			Inventario		
	Cantida	Precio	Total	Cantida	Precio	Total	Cantida	Precio	Total
Observaciones _____.									
Responsable _____.									

c. Control de adelantos de salarios (anticipos).

El día 9 de mayo la señorita Josefina Flores quien es la secretaria de la asociación pidió un adelanto de \$30.00. La forma de llenar el formulario es la siguiente:


FORMATO DE CONTROL DE ADELANTOS DE SALARIOS (ANTICIPOS).

<p>Aso AGROTUR</p> 	<p>ASOCIACIÓN PRESTADORA DE SERVICIO AGROTURISTICO.</p>
	<p>POR <u>\$30.00</u> .</p>
<p>Yo <u>Josefina Flores</u> , con cargo <u>secretaria de la asociación</u> , hago constar que he recibido <u>treinta dólares exactos</u> , en concepto de adelanto de salario para el pago.</p> <p>El día <u>lunes 09</u> mes <u>mayo</u> de <u>2005</u> .</p>	
<p>_____ . Trabajador.</p>	<p>_____ . Encargado de las finanzas.</p>

d. Pagos de salarios.

Don José Gómez esta elaborando la planilla de pago de salario correspondiente al mes de mayo de 2005 y la señorita Josefina Flores quien es la secretaria de la asociación y gana \$125.00 al mes, pero el día 9 de mayo pidió un adelanto de \$30.00. Además se le abonara \$7.00 en concepto de horas extras; la forma de calcular el salario real es la siguiente:

FORMATO PARA PAGO DE SALARIOS

 Aso AGROTUR		ASOCIACIÓN PRESTADORA DE SERVICIO AGROTURISTICO			
FECHA DE ELABORACIÓN: <u>30 de mayo de 2005</u>					
FECHA DE CANCELACIÓN: <u>31 de mayo de 2005</u>					
CORRESPONDIENTE A MES: <u> mayo </u> DEL AÑO: <u> 2005 </u> .					
Trabajador	Salario normal	Descuentos			Salario neto
		Anticipos	Abono	Otros	
Josefina Flores	\$125.00	\$30.00	\$7.00		\$102.00
ELABORADO POR: <u> José Gómez </u> . FIRMA: _____					

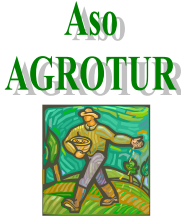
e. Estado de pérdidas y ganancias

FORMATO PARA ESTADO DE PERDIDA Y GANANCIA.

<p style="text-align: center;">Aso AGROTUR</p> 	ASOCIACIÓN PRESTADORA DE SERVICIO AGROTURISTICO	
	RUBRO	MONTO
VENTAS TOTALES		
Total de ventas		
Costo de servicio		
Utilidad marginal		
COSTOS TOTALES		
Costos administrativos		
UTILIDAD BRUTA		
Impuestos sobre la renta		
Utilidad neta		
UTILIDAD NETA		
Amortizaciones		
Pago principales		
FLUJO DE EFECTIVO		

f. Balance general

FORMATO PARA BALANCE GENERAL.

 <p>Aso AGROTUR</p>	<p>ASOCIACIÓN PRESTADORA DE SERVICIO AGROTURISTICO</p>		
REGISTRO CORRESPONDIENTE AL MES: _____.			
ACTIVOS			
Disponible			
	Caja y bancos		
Realizable			
	Inventario		
Fijo			
	Activo tangible		
	Activo intangible		
	Depreciación		
	Imprevistos		
ACTIVOS TOTALES			
PASIVOS Y CAPITAL			
PASIVO			
Exigible			
	Cuentas por Pagar		
	Obligación Laboral		
CAPITAL (17)			
	Capital Social		
TOTAL PASIVO + CAPITAL			
F _____ Firma De Responsable			

F. SISTEMA CONTROL DE CALIDAD

1. INTRODUCCIÓN

A continuación se presenta una esquematización de los elementos que interactúan en el subsistema para luego desarrollar sus contenidos. El subsistema Control de la Calidad es un conjunto de herramientas, instrumentos y funciones de los actores y procedimientos para vigilar que los productos agro turísticos se brinden a los turistas y que estos sientan la mayor satisfacción.

2. OBJETIVOS.

- Definir responsabilidad de los cargos y funciones que realizarán los controles y velarán por el cumplimiento de las normas de calidad.
- Presentar las herramientas y mecanismos necesarios para la realización de monitoreos en los puntos de control de la calidad.
- Definir quien será el encargado de hacer los respectivos análisis de la información recavada a través de los monitoreos y además presentar una metodología de análisis para facilitar dicha actividad.

3. ELEMENTOS DEL SUBSISTEMA

El sub-sistema control de calidad, se compone de tres elementos los cuales interactúan entre sí para lograr el fin principal el cual es la satisfacción del cliente:

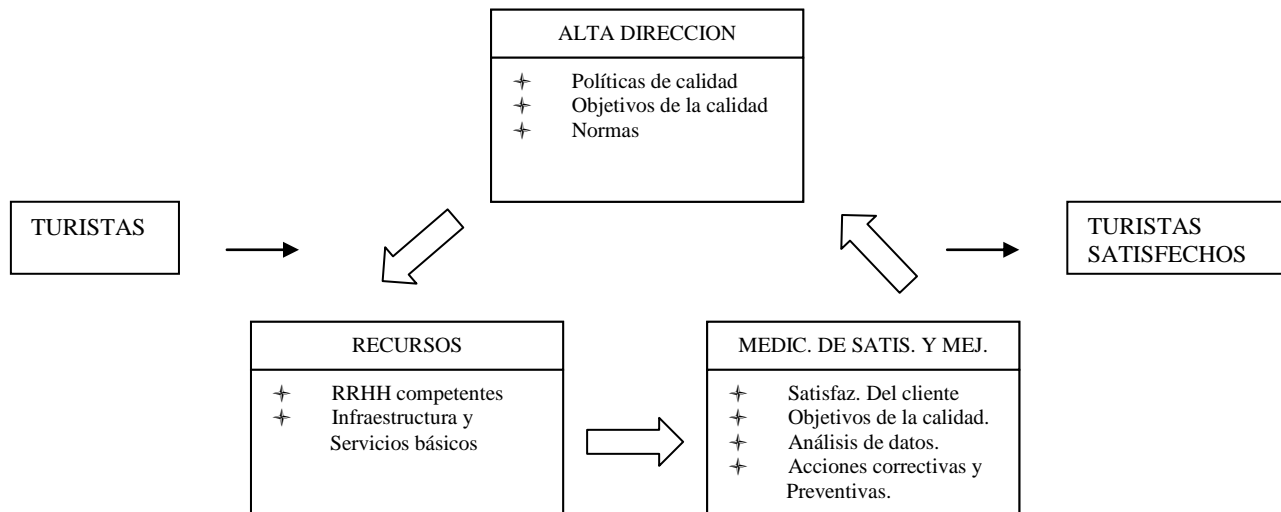


FIGURA 9 SUBSISTEMA CONTROL DE LA CALIDAD

Los elementos del subsistema se detallan a continuación:

ALTA DIRECCIÓN

Juega un papel muy importante en el sistema de control de calidad, ya que es la que formula las políticas, objetivos y normas del control de la calidad, además de velar por su respectivo cumplimiento y tomar las decisiones pertinentes. A continuación se listan las funciones principales:

- ✦ Comunica a toda la organización la importancia de satisfacer a los clientes, así como los reglamentos.
- ✦ Dar a conocer las políticas de calidad a los miembros asociados.
- ✦ Definir los objetivos de calidad y velar por su cumplimiento.
- ✦ Asegurar en la medida de lo posible los recursos necesarios para asegurar la calidad.
- ✦ Hace Cumplir las normas y políticas de la empresa en lo referente a la calidad.

OBJETIVOS DEL CONTROL DE LA CALIDAD

OBJETIVO GENERAL

Verificar que cada uno de los asociados cumpla con las condiciones mínimas de calidad con respecto a la infraestructura y servicios, así como de los servicios prestados, tales que permitan la satisfacción del cliente.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ❑ Establecer los mecanismos necesarios que permitan recolectar información como quejas de turistas, niveles de satisfacción del cliente y estado de la infraestructura así como de los servicios básicos con los que cuentan los inmuebles utilizados para prestar servicio.
- ❑ Analizar la información a través de técnicas adeudas de análisis estadísticos y hacer las conclusiones pertinentes.
- ❑ Presentar los informes a la alta gerencia y hacer las sugerencias que estime convenientes para los intereses de la asociación.
- ❑ Informar a cada uno de los asociados a cerca de aspectos de calidad de los productos turísticos e intercambiar impresiones sobre los mismos para mejorar la calidad.

POLÍTICAS

- ❑ El cliente debe conocer los medios adecuados para poder reclamar por insatisfacciones del servicio.
- ❑ La asociación debe reconocer los esfuerzos realizados por alcanzar la calidad de los asociados, por lo que se tratara de destacar estos esfuerzos a través de publicidad.
- ❑ Cada uno de los asociados puede recomendar en relación de los aspectos de calidad que puedan perjudicar o mejorar sus respectivos negocios.

NORMAS DE LA ASOCIACIÓN EN LO QUE RESPECTA A LA CALIDAD

1. Cada uno de los asociados estará sujeto a una sanción verbal por cada reporte mandado por el jefe del departamento de control de calidad.
2. Si el propietario no toma acciones correctivas para mejorar la calidad y el jefe del departamento de control de la calidad manda 3 reportes consecutivos, entonces se castigara al propietario con una semana de cierre de su negocio.
3. Si hay 6 reportes en un año de un mismo producto agroturístico, entonces este se expulsara de la asociación de manera definitiva.
4. Un miembro de la asociación expulsado no podrá volver a inscribirse dentro de la misma, en un lapso de tiempo de por lo menos un año.

RECURSOS

Los miembros de la asociación no pueden satisfacer a los clientes si no cuentan con los recursos necesarios para brindar los servicios. Los recursos a que hacemos mención son:

✦ RRHH. Es decir, el personal adecuado requerido en cada uno de los negocios de los asociados, en otras palabras que sea capaz de desempeñar el cargo para el que ha sido contratado (nos referimos esencialmente a los que tienen contacto con el cliente). En algunos casos podría ser desempeñados por los mismos propietarios.

✦ Infraestructuras y servicios básicos. Se debe velar porque los comedores, estancias, etc. Posean dimensiones necesarias tales que garanticen el completo goce y satisfacción del

cliente. Por otra parte todas las infraestructuras deben de contar con los servicios básicos necesarios en todo momento, estos son: energía eléctrica, agua potable.

MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN, ANÁLISIS Y MEJORA

Se debe de contar con un mecanismo veras que sea capaz de medir la satisfacción del cliente, esta información debe de tomarse de primera mano de los turistas. Por otra parte, la información que se obtenga debe de analizarse para poder hacer las conclusiones pertinentes y así presentarlas a la alta dirección y que estos tomen las decisiones que estimen convenientes.

MECANISMO UTILIZADOS PARA EL ANÁLISIS DE LOS PROBLEMAS

Es necesario contar con un mecanismo que permita analizar los datos que se recolecten a través de los instrumentos que se utilizarán, esto se hará a través de la técnica Diagrama de Pareto, que detallamos a continuación:

DIAGRAMA DE PARETO

La estratificación es una estrategia de clasificación de datos de acuerdo con variables o factores de interés, de tal forma que en una situación dada se facilite la identificación de las fuentes de la variabilidad (origen de los problemas). La estratificación busca contribuir a la solución de una situación problemática, mediante la clasificación o agrupación de los problemas de acuerdo con los diversos factores que pueden influir en los mismos, como puede ser el tipo de fallas, métodos de trabajo, maquinaria, turnos, obreros, proveedores, materiales, etc.

La estratificación es una poderosa estrategia de búsqueda que facilita entender como influyen los diversos factores o variantes que intervienen en una situación problemática, de tal forma que se puedan localizar prioridades y pistas que permitan profundizar en la búsqueda de las verdaderas causas de un problema.

Recomendaciones para estratificar

1. A partir de un objetivo claro e importante, determinar con discusión y análisis las características o factores a estratificar.
2. Mediante la colección de datos, evaluar la situación actual de las características seleccionadas. Expresar gráficamente la evaluación de las características (diagrama de Pareto o histograma).
3. Determinar las posibles causas de la variación en los datos obtenidos con la estratificación. Esto puede llevar a estratificar con características más específicas.
4. Ir más a fondo en algunas características y estratificarlas.
5. Seguir estratificando hasta donde sea posible y obtener conclusiones de todo el proceso.

Diagrama de Pareto

En una empresa existen muchos problemas que esperan ser resueltos o cuando menos atenuados. Cada problema puede deberse a vanas causas diferentes. Es imposible e impráctico pretender resolver todos los problemas o atacar todas las causas al mismo tiempo.

En este sentido, es fundamental seleccionar el problema más importante, y al mismo tiempo, en un principio, centrarse solo en atacar su causa más relevante. La idea es escoger un proyecto que pueda alcanzar la mejora más grande con el menor esfuerzo. La herramienta que permite localizar el problema principal y ayuda a localizar las causas más importantes de las fallas, se llama diagrama o análisis de Pareto.

La idea anterior contiene el llamado principio de Pareto, conocido como “Ley 80-20” o “Pocos vitales, Muchos triviales”, el cual reconoce que unos pocos elementos (el 20%) generan la mayor parte del efecto (el 80%); el resto de los elementos generan muy poco del efecto total. De la totalidad de los problemas de una empresa solo unos pocos son realmente importantes.

La idea central del diagrama de Pareto es localizar los pocos defectos, problemas o fallas vitales para concentrar los esfuerzos de solución o mejora en éstos. Una vez que sean corregidos, entonces se vuelve a aplicar el principio de Pareto para localizar de entre los que quedan a los más importantes, volviéndose este ciclo una filosofía. También el diagrama de Pareto apoya la identificación de las pocas causas fundamentales de los problemas vitales con lo que se podrá reducir de manera importante las fallas y deficiencias de la empresa.

Características de un buen diagrama de Pareto

1. La clasificación por categorías del eje horizontal puede abarcar diferentes tipos de variables. Por ejemplo: tipo de defecto, grupo de trabajo, producto, tamaño, maquina obrero, turno, fecha de fabricación, cliente, proveedor. Métodos de trabajo u operación. Cada caso corresponde a una aplicación distinta del Diagrama de Pareto.
2. El eje vertical izquierdo debe representar unidades de medida que den una clara idea de la importancia de cada categoría. Por ejemplo, la escala izquierda debe estar en pesos, numero de artículos rechazados, horas-hombre; o en numero de fallas, retrasos, incumplimientos o quejas.
3. El eje vertical derecha representa una escala en porcentajes de 0 a 100, para que con base en esta se pueda evaluar la importancia d cada categoría con respecto a las demás.
4. La línea acumulativa representa los porcentajes acumulados de las categorías.
5. Para que no haya un numero excesivo de categorías que dispersen el fenómeno, se recomienda agrupar las categorías que tiene relativamente poca importancia en una sola y catalogarla como categoría otras. Aunque no es recomendable que esta categoría sea de los porcentajes mas altos. Si esto ocurre se debe revisar la clasificación y evaluar las alternativas.
6. Un criterio rápido para saber si la primera barra o categoría es significativamente más importante que las demás, no es que este represente el 80% del total, más bien es si esta al menos duplica en magnitud al resto de las barras. En otras palabras, hay que verificar si dicha barra predomina claramente sobre el resto.
7. Cuando en un diagrama de Pareto no predomina ninguna barra y este tiene una apariencia plana o un descenso lento en forma de escalera, significa que se debe

reanalizar los datos o el problema y su estrategia de clasificación. En estos casos, y en general, es conveniente ver el Pareto desde distintas perspectivas, siendo creativo y clasificando el problema o los datos de distintas maneras, hasta localizar un componente importante.

8. Es necesario agregar en la gráfico el periodo que representan los datos. Se recomienda anotar claramente la fuente de los datos y el título de la gráfica.
9. Cuando se localiza el problema principal, es indispensable hacer un Pareto de segundo nivel en el cual se identifiquen los factores o causas potenciales que originan el problema.

Pasos para la construcción de un Diagrama Pareto

1. Decir y delimitar el problema o área de mejora que se va a atender. Tener claro que objetivo se persigue. A partir de lo anterior imaginar o visualizar que tipo de diagrama de Pareto puede ser útil para localizar prioridades o entender mejor el problema.
2. Sobre la base de lo anterior, discutir y decidir el tipo de datos que se van a necesitar y los posibles factores que serían importantes estratificar. Construir una hoja de verificación bien diseñada para la colección de datos que identifique tales factores.
3. Si la información se va a tomar de reportes anteriores o si se va a recabar, definir el periodo del que se tomarán datos y determinar quien será responsable de ello.
4. Al terminar de obtener los datos, construir una tabla donde se cuantifique la frecuencia de cada defecto y porcentaje.
5. Para representar gráficamente la información de la tabla obtenida en el paso anterior, construir un rectángulo que sea un poco más alto que ancho. En este rectángulo se construirán las escalas de la siguiente manera:
 - a. El lado izquierdo del rectángulo será el eje vertical que determina la importancia de cada categoría. Para construir la escala o darle dimensiones al eje de las Y, marcar el inicio con un cero y el final con el total acumulado de defectos. En seguida, a partir del cero, trazar divisiones de igual longitud hasta completar con el total.
 - b. Marcar el lado o eje derecho con una escala porcentual, iniciando con 0% y terminando en la escala superior con el 100%.

- c. Dividir la base del rectángulo o eje horizontal en tantos intervalos iguales como categorías sean consideradas. De acuerdo con la frecuencia con que ocurrió cada categoría (defecto), ordenarlas de izquierda a derecha y de mayor a menor, y anotar el nombre de cada una.
6. Construir una grafica de barras, tomando como altura de cada barra el total de defectos correspondientes.
7. Con la información del porcentaje acumulado graficar una línea acumulada.
8. Documentar las diferencias del diagrama de Pareto, como son títulos, periodo, área de trabajo, etc.
9. Interpretar el diagrama de Pareto y, si existe una categoría que predomina, hacer un análisis de Pareto de segundo nivel para localizar los factores que influyen en el mismo.

Ejemplo:

En la asociación ASO AGROTUR, se han detectado una serie de insatisfacciones por parte de los turistas a través de los cuestionarios y de quejas hechas a la asociación. Para entender cual es la regularidad estadística de esta problemática se decide registrar los datos de la inspección final. Para el diseño de la hoja de verificación se toma en cuenta que las posibles fuentes de variabilidad (origen de los problemas). Se toman de registros de un mes.

Asociado	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
A	000 XX -	0000 XXXXX	0000000000 XXXX / - -	000 XX //
B	00000000 XXXXX -	00000000000000 XXXX - /	000000000 XXXX - - /	0000000 X /
C	000 XX	00 /	000 -	0000 * /
D	000 XX	0000 / *	0000 * -	00 ***** /

TABLA 6 EJEMPLO DE HOJA DE DATOS

Categorías:

0 Mala comunicación	X Mala atención al cliente	- Inadecuada infraestructura
/ Falta de servicios básicos	* Otros	

TABLA 7. ESTRATIFICACIÓN POR TIPO DE DEFECTO (su base es la tabla anterior)

Tipo de insatisfacción	Numero de insatisfacciones	Porcentaje	Numero acumulado	Porcentaje acumulado
Mala comunicación	83	59	83	59
Mala atención al cliente	31	22	114	81
Inadecuada infraestruct.	9	6	123	87
Falta de servicios básica.	10	7	133	94
Otros	8	6	141	100

El primer paso para hacer un análisis de Pareto a partir de estos datos es determinar cual es el problema más importante. Para ello se hace la estratificación por tipo de insatisfacción percibida por el turista, lo cual se hace en la tabla 7. A partir de esta tabla se puede apreciar con un simple vistazo que el problema principal es la mala comunicación ya que representa casi el 60% del total de insatisfacciones que fueron expresadas por los clientes, el siguiente problema en orden de importancia es la mala atención al cliente con un 22%.

Teniendo en cuenta lo anterior, el siguiente paso que se debe hacer es buscar la causa raíz del problema. Para lo cual se tendrá que realizar un análisis de Pareto de segundo nivel, que consiste en estratificar el problema principal en los factores que posiblemente influyen en el, como podrían ser mala elaboración de folletos informativos, ofrecimientos de los asociados de servicios que realmente no pretenden dar (agendas ocultas), etc.

INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS

Utilización del formato de atención al cliente

Con el siguiente instrumento se pretende obtener las impresiones directamente del cliente. Este será entregado al turista inmediatamente antes de iniciar su recorrido por los diferentes paquetes turísticos, previamente se le dará una explicación sobre cada uno de los puntos que contiene el cuestionario. El turista tendrá que entregar, el formato al final de su visita, momento en el cual se le hará una pequeña entrevista para obtener sus impresiones.

Para evitar, variaciones en la información se mantendrá al margen de este proceso a los dueños del establecimiento.

El responsable de proporcionar el instrumento de recolección de información y hacer la entrevista es el guía turístico.

MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Su opinión es de gran importancia para nosotros, ayúdenos a mejorar nuestros servicios proporcionándonos sus comentarios.

1. ¿Cuando contacto con nuestra asociación, se le proporciono toda la información que necesitaba de forma clara y sencilla?

si no

2. ¿Cómo calificaría la atención brindada por cada uno de los servicios turísticos que se le prestaron?

Excelente Bueno Debe mejorar

3. ¿Cumplimos con todas los ofrecimientos que se le brindaron al momento de comprar el paquete agro turístico?

si no

4. ¿Esta satisfecho con el servicio recibido?

si

no

¿Porque?_____

5. ¿Continuara siendo cliente de nuestra asociación?

si

no

¿Porque?_____

Comentarios
adicionales_____

FORMATOS PARA EL CONTROL EN PROCESO

Como una forma de buscar la mejora continua del servicio que se presta a los turistas, se utilizará los formatos de control en proceso que se presentan a continuación:

1. FORMATOS DE CONTROL DE CALIDAD

Para facilitar el control que debe llevar la asociación se propone un formulario en el cual se deben llevar las anotaciones de todos las deficiencias encontradas durante se ofreció el servicio.

INSTRUCTIVO:

1. Responsable de ejecutar la inspección
2. Fecha en que se realiza la inspección
3. Hora en que se realiza la inspección
4. Lugar donde se realiza la inspección
5. Cuales son los problemas encontrados
6. Posibles causas del programa
7. Acciones que se tomarán para evitar los problemas

CUADRO 47 FORMATO DE CONTROL DE CALIDAD

HOJA DE CONTROL		
CALIDAD DE LOS SERVICIOS		
Responsable: _____ (1) _____		Fecha: _____ (2) _____ Hora de Inspección: _____ (3) _____
Punto de Control	Tipo de Problema encontrado	Descripción del problema
(4)	(5)	(6)
Acciones Correctivas (7)		

EVALUACIÓN GENERAL DEL SERVICIO

A través de un formato de cuestionario, puede llegar a medirse aquellos aspectos generales que no se miden por medio de los puntos de control por lo que se hará por medio del siguiente cuestionario:

1. SERVICIO	OBSERVACIONES
1.1. Rapidez y eficiencia en la reserva (para alojamiento)	
1.2. Recibimiento amable a su llegada	
1.3. Atención Telefónica	
1.4. Limpieza de las áreas comunes	
1.5. Limpieza y orden de las habitaciones y baños	
1.6. Productos de bienvenida en baños	
1.7. Calidad de la ropa de baños y cama	
1.8. Calidad y variedad de los productos del servicio de desayuno	
1.9. Idoneidad de horarios de desayuno, comida y salida de los establecimientos.	

1.10	Amabilidad y cortesía en el servicio	
1.11	Profesionalidad en el servicio	
1.12	Interés por hacerle agradable la estancia	

2.0	ACCESO A INSTALACIONES	OBSERVACIONES
2.1	Acceso al establecimiento	
2.2	Decoración y conservación del mobiliario en habitaciones	
2.3	Características o comodidad de la cama	
2.4	Decoración general del establecimiento	
2.5	Comodidad en la estancia	
2.6	Temperatura de las habitaciones	
2.7	Mantenimiento de las instalaciones	
2.8	Equipamiento general de establecimiento	
2.9	Limpieza, mantenimiento y seguridad	

3.0	CARÁCTER DEL ESTABLECIMIENTO	OBSERVACIONES
3.1	Autenticidad de los establecimientos	
3.2	Hospitalidad y familiaridad en el trato	
3.3	Tranquilidad durante la estancia	
3.4	Ambiente agradable y cálido	

4.0	SUS OPINIONES	OBSERVACIONES
4.1	Expectativas de la estancia	
4.2	Servicios e instalaciones susceptibles de mejora	

<p>Relacionado con las habitaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lámparas en las mesas de noche ▪ Maleteros en las habitaciones ▪ Mantenimiento a cerraduras de las habitaciones (dañadas) ▪ Ubicar más cobijas en habitaciones ▪ Instalar en las habitaciones espejos 	
<p>Áreas Comunes</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Contar con juegos para niños en zonas verdes ▪ Decoración con elementos autóctonos de la región 	
<p>Acceso al Establecimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Señalizar vías de ingreso a los alojamientos ▪ Mejorar acceso a alojamientos y zona de parqueo ▪ Baños ▪ Adecuar los baños para garantizar mayor ventilación de los mismos ▪ Mejorar baños en general ▪ Mayor atención en suministro oportuno de toallas y papel higiénico 	
<p>Servicio de comedor</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Garantizar mayor variedad en productos de desayuno ▪ Otras ofertas para niños ▪ Comidas rápidas ▪ Comidas típicas 	
<p>4.3 Medio a través del cual conoció el establecimiento</p>	
<p>4.4 Ambiente Agradable y cálido</p>	

5.0 COMENTARIOS	OBSERVACIONES
5.1 ¿Qué se debe mejorarse de acuerdo a opinión de los turistas?	
5.2 ¿Qué resaltaron los turistas de su visita a las zonas agro turísticas?	

G. TRAMITES INICIALES DE LA ASOCIACION.

1. TRAMITES LEGALES.

En la actualidad, los tramites para crear y legalizar una empresa que presta servicios de este tipo donde son desarrollados directamente en sitios que se tenga contacto directo con la naturaleza, se lleva a cabo básicamente a través de varios organismos como el ministerio de hacienda, ministerio del medio ambiente y recursos naturales y el registro de comercio, además una vez en marcha la organización, estos son los encargados de evaluar la actuación al presentar cada mes la declaración del IVA y una vez al año la declaración de renta. Por lo tanto es necesario conocer los diferentes permisos y tramites legales que se necesitan para poner en marcha una empresa de este tipo.

a. Legalización de la Asociación

En la figura 10 muestra de manera esquemática el procedimiento para poder legalizar la empresa que la asociación quiere formar. A continuación se desarrolla cada uno de los elementos de dicha figura.

i. Elaborar la escritura de la constitución de la asociación.

El formato con el que se elabora la escritura se obtiene en el Registro de Comercio donde primero hay que cancelar el derecho a copiarlo y luego proceder a fotocopiarla. Según el Art. 22 del Código de Comercio, esta estructura deberá contener lo siguiente y deberá autenticarse ante un notario.

- Nombre, edad, ocupación, nacionalidad y domicilio de las personas naturales y nombre, naturaleza, nacionalidad y domicilio de las personas jurídicas que integran la asociación.

- Domicilio de la asociación que se constituye.
- Finalidad.
- Duración o declaración expresa de constituirse por tiempo indeterminado.
- Importe de capital social, cuando el capital sea variable se indicara en mínimo.
- Expresión de lo que cada asociado aporte en dinero o en otros bienes y el valor atribuido a estos.
- Régimen de lo que cada asociado aporte en dinero o en otros bienes y el valor atribuido a estos.
- Manera de hacer distribución de utilidades y en su caso, aplicación de pérdidas entre los socios.
- Modo de constituir reservas.
- Bases para practicar la liquidación de la asociación, manera de elegir liquidadores cuando no fueren nombrados en el instrumento, atribuciones y obligaciones de estos.

ii. Solicitar la solvencia municipal individual.

Se deberá ir a la alcaldía municipal a pedir la solvencia de cada persona que se convertirá en parte de la asociación

iii. Registro de escritura de constitución de la asociación, (Registro de comercio).

Una vez que se tiene la escritura de constitución de la asociación autentica ante el notario, se procede a inscribirla en el registro de comercio lo cual es mandado por el Art. 24 del código de comercio (VER ANEXO 7).

iv. Tramitar el NIT de la asociación.

En el ministerio de hacienda se solicitara un formulario de NIT, el cual deberá ser llenado con toda la información de la asociación que en él se pide y esperar su numero de inscripción, no trate de obtener simultáneamente el NIT y el IVA, ya que es burocráticamente indispensable obtener primero el NIT, posteriormente se solicita el IVA. El NIT a tramitar es de la asociación es decir para la persona jurídica con la que ha sido nombrada.

v. Tramitar el número de registro de contribuyente de IVA.

Como empresa mercantil deberá pagar impuesto al valor agregado (IVA) por los bienes y servicios que realice, por tanto, deberá solicitar un número de registro de contribuyente de IVA en el Ministerio de Hacienda, para lo cual debe haber obtenido anteriormente el NIT de la asociación.

vi. Solicitar aprobación de sistema contable de la asociación y manual de aplicaciones

La asociación establece el sistema contable que va a utilizar, la forma y el libro donde se registraran las cuentas y los puestos y funciones del personal a laborar en la asociación. Al tener definido lo anterior se solicita su aprobación en la Superintendencia de asociación y Empresas Mercantiles. (VER ANEXO 8)

vii. Matricula de comerciante social, de empresa y establecimientos.

El comerciante social será la persona jurídica a la que ha dado origen la asociación, además deberá de darle a al empresa que regirá la asociación y los lugares donde realizara sus actividades comerciales.

Con estos datos deberá procederse a matricular cada aspecto con su respectivo nombre o lugar para que existan otras empresas con el mismo nombre lo cual puede provocar problemas posteriores.

viii. Legalización de los libros-

Libro diario y mayor, libro de estado financieros, libros de compras, libro de ventas, libro de actas, créditos fiscales, libro de ventas del consumidor final, libro de entradas y salidas de personal.

Según el Art. 438 del código de comercio, los libros para realizar los registros obligatorios deberán ser libros empastados y foliados, autorizados por el registro de comercio y en la autorización se hará constar el número de bollos que tenga el libro y en cada hoja se estampara el sello del registro quedando así legalmente inscritos.

Estos libros sirven para llevar la contabilidad de al empresa de una forma clara y ordenada, que garantice un buen manejo dinero y pago de impuestos que le corresponden a la empresa.

- El libro de actas servirá para registrar todos aquellos acuerdos y acciones que se lleven a cabo entre los miembros de la asociación.
- El libro diario y mayor pueden llevarse en un solo registro en el que se haga constar primeramente el balance al principiar las operaciones de la empresa y luego se asentaran en orden cronológico todas las partidas correspondientes a las operaciones de la empresa.
- El libro de estados financieros contendrá los balances generales ordinarios y extraordinarios, resumen de inventarios y de las cuentas, estados de perdidas y ganancias, estado de la composición de patrimonio y cualquier otro estado necesario, la forma en que se haya verificado la distribución de las ganancias o la aplicación de las perdidas netas.
- El libro de cambios de patrimonio registrara cuando exista un aumento o disminución del capital social.
- Libro de compras servirá para llevar el registro de todas las compras que se realicen para el funcionamiento de la empresa.
- Libro de ventas de crédito fiscal se registraran todas las facturas que se emitirán a contribuyentes del IVA por los servicios prestados por la empresa.
- Libro de ventas de consumidor final en el que se llevara el registro de ventas hechas a consumidores no contribuyentes del IVA.
- Libro de entradas y salidas de personal en el que se hará constar al personal contratado para laborar en la empresa y los que han dejado de laborar en ella.

NOTA: la asociación además de los mencionados, deberá llevar un libro que es obligatorio según el Art. 19 del código de comercio numeral V el cual podrá ser examinado por quien lo desee y deberá contener:

- a) El nombre, profesión y domicilio de cada socio.
- b) Fecha de admisión, destitución o exclusión de cada uno.
- c) Cuenta corriente de las operaciones hechas o retiradas por cada socio.

Ex. Obtención de solvencia en la dirección general de estadísticas y censos.

A la solicitud (VER ANEXO 9) se le anexa el balance inicial, escritura de constitución de la asociación, original y copia, presentarlos para abrir una cuenta municipal.

x. Inscribir la empresa en al alcaldía municipal para apertura de numero de cuenta municipal. Se deberá retirar en al alcaldía los formularios para inscribir la empresa y recoger los requisitos para luego presentarlos para abrir una nueva cuenta municipal.

Si. Tramitar el número del registro patronal en AFP.

Se deberá ir al ISSS a solicitar el formulario para obtener un número de registro patronal como empresa para si luego poder responder ante su personal con la prestación social del ISSS y la ley de pensiones.

Si. Inscripción en el registro de marca

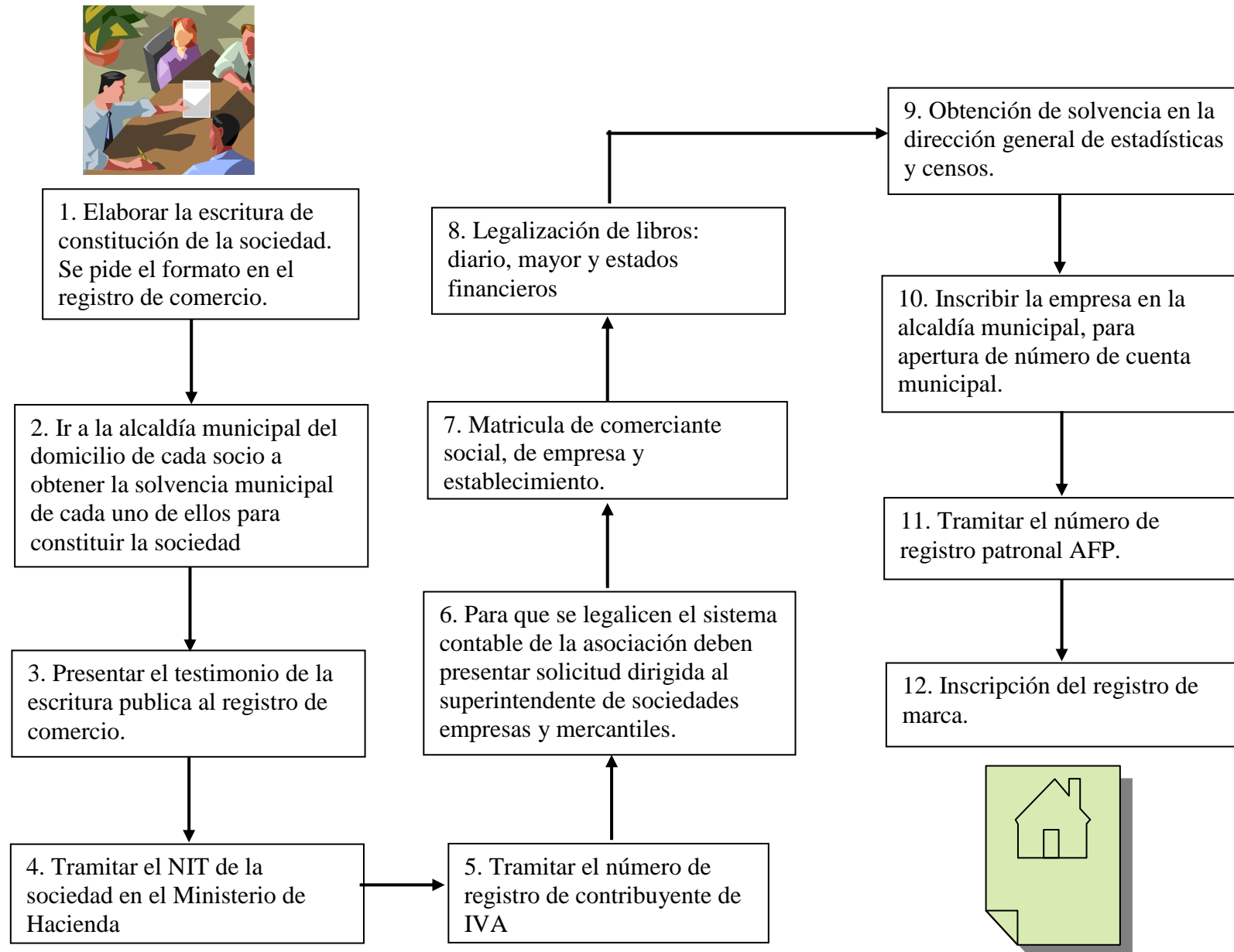
Si la empresa va a fabricar y distribuir productos deberá designarlos con una marca pero para ello, primero deberá de verificar si el nombre dado al producto no esta ya registrado, sino lo esta, deberá proceder a registrar la marca con la que ha designado su producto en el registro de marcas localizado en el registro de comercio

Si. Trámite de registro.

Según el Art. 456 numeral IV del código de comercio, al registro de comercio le corresponde el registro de patentes de invención, distintivos comerciales (marcas) y propiedad literaria; además, este registro deberá funcionar de acuerdo a las disposiciones de este código y de las leyes especiales de la materia (Art. 460 del código de comercio). De acuerdo a lo anterior, el trámite para el registro de marca, se sigue ante la oficina de patentes y marcas, del registro de comercio.

Una vez obtenido las diferentes autorizaciones, permisos y demás documentación legal necesaria para establecer una empresa, es necesario tomar en cuenta las diferentes disposiciones que el ministerio del medio ambiente y recursos naturales exige para la ejecución y puesta en marcha, por lo que en el (ANEXO 10) se presenta los lineamientos para el llenado del formulario ambiental (para nuevas actividades, obras o proyectos) y una copia del formulario mismo que la asociación deberá de llenar y presentar en las oficinas del ministerio antes mencionado.

FIGURA 10: PASOS PARA LEGALIZACIÓN DE UNA EMPRESA.



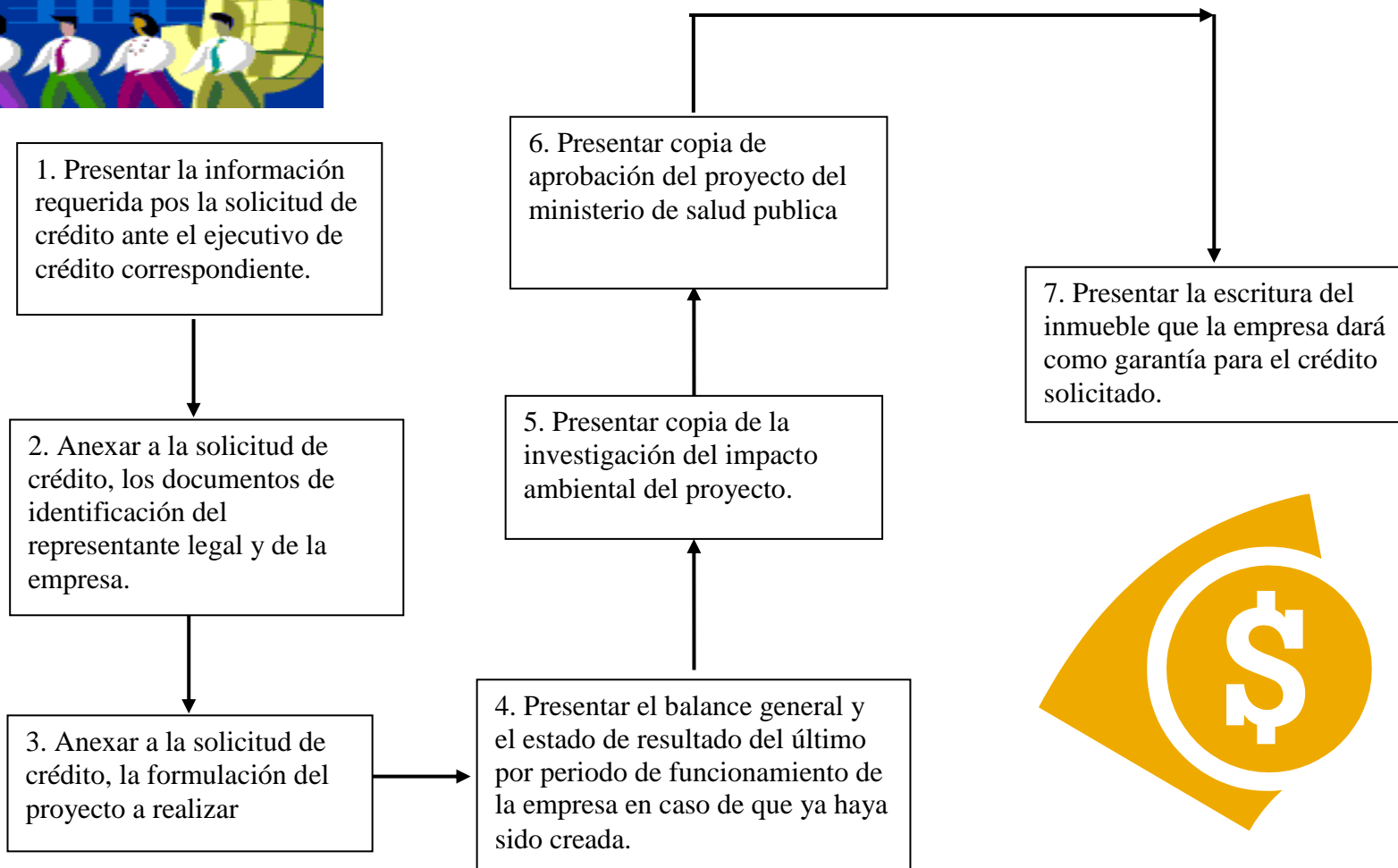
2. FINANCIAMIENTO

a. Procedimientos para obtener financiamiento.

El financiamiento para cualquier empresa ya sea nueva o establecida, es de suma importancia ya que les permite que crezcan en cuanto a su capacidad de producción o de atención, como lo es para nuestro caso, es por ello que en la figura 11 el procedimiento y para que la asociación de agricultores solicite el financiamiento para el proyecto, incluyendo también los requisitos generales exigidos por los bancos del sistema financieros, aunque estos variaran dependiendo de las políticas de cada uno.

Se recomienda que cuando se realicen las debidas gestiones para solicitar el préstamo, se investigue previamente cual es el que cobra una menor tasa de interés con un menor periodo de pago de la deuda, que en muchas ocasiones las instituciones bancarias realizan préstamos a una tasa de interés baja pero a un periodo de tiempo demasiado largo.

FIGURA 11: PASOS PARA SOLICITAR FINANCIAMIENTO.



H. ELEMENTOS EXTERNOS

1. SEGURIDAD CIUDADANA Y SANEAMIENTO AMBIENTAL

El subsistema interactúa obligatoriamente con el ambiente externo con el fin de obtener servicios orientados a los turistas (ya sea de manera directa o indirecta), que por si mismo no podría desarrollar ya sea por causas económicas o porque ya existen instituciones gubernamentales que los proporcionan. Algunos de los elementos a que hacemos mención son:

- ✓ Seguridad ciudadana.
- ✓ Servicios médicos
- ✓ Saneamiento e higiene ambiental.
- ✓ Costumbres cultura y arte.
- ✓ Religión.

Las principales instituciones que podrían brindar dichos servicios de apoyo a la asociación son: PNC, Unidades de Salud, Comandos de Salvamentos, Alcaldía Municipal y la Fuerza Armada. Para ello es necesario entablar alianzas estratégicas, es decir tener una relación ganar-ganar. La principal manera de incentivar a las organizaciones antes mencionadas para que brinden sus servicios es recalcando los beneficios que obtendrán a cambio de la prestación de sus servicios. El siguiente cuadro muestra algunos ejemplos:

CUADRO 48 INSTITUCIONES INVOLUCRADAS

INSTITUCIÓN	SERVICIO PRESTADO	BENEFICIOS OBTENIDOS
ALCADIA MUNICIPAL	Saneamiento ambiental	Promoción de su gestión. Apoyo por parte de la población (voto electoral).
Parroquia local	Creación de actividades religiosas con atractivos turísticos.	Mayor auge de feligreses Ingresos económicos
Casa de la cultura	Creación de actividades	Un rol mas protagónico de

	culturales en la que puedan participar turistas	en la localidad en aspectos culturales y por ende recibirá mayor apoyo por parte de otras instituciones o del gobierno.
PNC	Seguridad ciudadana	-----
Unidad de Salud	Campañas de salud y servicios médicos	-----
Comandos de salvamentos	Primeros auxilios en casos de accidentes	Crecimiento de la institución. Apoyo económico por parte de la población. Publicidad de su papel protagónico a partir de su participación en el modelo

Las instituciones de apoyo antes mencionadas, tienen que tener un rol protagónico en el diseño de los productos agroturísticos, es decir deben ser llamados a participar en los talleres para el diseño de los productos agroturísticos.

En el país, existen muchas otras instituciones tanto públicas como privadas que brindan el servicio de acompañar empresarialmente al sector microempresarial, algunas de estas instituciones son las siguientes:

i. Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES):

Es la mayor organización privada de desarrollo del país, la cual fue financiada inicialmente con recursos de USAID, y que ha tenido como objetivo principal la promoción del "sistema democrático y de libre empresa" como vía para el desarrollo económico y social del país.

FUSADES brinda servicios de acompañamiento empresarial a través del Programa de Promoción a la Pequeña y Microempresa (PROPEMI), el cual tiene como misión

"promover el desarrollo de la pequeña y microempresa mediante servicios financieros asesoría y capacitación gerencial administrativa"

Los beneficiarios de PROPEMI son todos aquellos propietarios de pequeñas y microempresas que tengan un negocio establecido, mayores de 18 años de edad, ya sea propietarios individuales o Sociedades Mercantiles, que se dediquen a la industria, agroindustria, servicios o comercio, y deben de tener la capacidad y disponibilidad de pagar por los servicios ofrecidos. Las modalidades y áreas en las que brinda acompañamiento son las siguientes:

- Asistencia técnica: Gestión Administrativa, Mercadeo y Ventas, Producción, Finanzas y Legislación.
- Capacitación: Gerenciales Administrativas, Gestión Empresarial, Administración, Finanzas, Mercadeo, Ventas, Relaciones Humana, Calidad Total, Presupuestos, Legal y Contabilidad, Creación de empresas.

Para determinar las necesidades de acompañamiento empresarial, PROPEMI determina las capacitaciones a impartir, con base a los diferentes estudios que realiza la institución periódicamente al sector, de los cuales obtiene las necesidades y problemas que enfrenta la micro y pequeña empresa de El Salvador; la asistencia técnica se determina mediante el correspondiente diagnóstico a la micro y pequeña empresa. La institución no cuenta con personal interno para ejecutar el acompañamiento, sino que lo hace mediante la contratación de instituciones o personas individuales para llevarlo a cabo, y en ocasiones, establece acuerdos con otras instituciones similares con las que se negocia la planeación, organización, promoción, ejecución y financiamiento.

ii. Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE):

La CONAMYPE es una institución adscrita al Ministerio de Economía cuya misión es "ser una institución participativa y prepositiva que promueve, facilita y coordina la ejecución de políticas, estrategias, programas y acciones para el desarrollo integral de las micro y pequeñas empresas. La CONAMYPE actualmente tiene en marcha trece Programas de Trabajo, de los cuales se desprenden proyectos importantes que ya están en marcha con la coordinación y apoyo de diversas instituciones que desarrollan trabajos a favor de las

MYPES. Los beneficiarios de la CONAMYPE son el micro y pequeñas empresas que estén interesadas y que cumplan con los requisitos específicos de cada proyecto.

La institución brinda acompañamiento empresarial mediante capacitación, asistencia técnica y asesoría en las áreas de administración, producción, finanzas, recursos humanos y mercadeo.

iii. Asociación de Medianos y Pequeños Empresarios Salvadoreños (AMPES):

Es una institución que tiene como misión "representar y defender los intereses de la micro, pequeña y mediana empresa, a través de la ejecución de proyectos y programas dirigidos al fortalecimiento y desarrollo del sector, así como la formación integral de los empresarios, a fin de que sus empresas estén diseñadas para la contribución positiva en los cambios económicos, sociales y del medio ambiente de nuestro país, orientados éstos hacia una cultura de calidad como valor fundamental. AMPES brinda acompañamiento empresarial en las siguientes modalidades y áreas:

- Capacitación: Gestión empresarial básica y avanzada, temas de actualidad nacional (Globalización, modificación de IVA, etc.), herramientas administrativas.
- Asesoría: Legal, Contable, Tributaria, empresarial, administración puntual.

Los beneficiarios del acompañamiento son todas las micro, pequeñas y medianas empresas que estén o no asociadas a AMPES. La institución no cuenta con una herramienta para determinar las necesidades de acompañamiento de las empresas, sino que brinda capacitación en las áreas en que se dan los problemas más comunes de las empresas, según el criterio de la institución y el de los asociados que demandan el servicio. La institución no cuenta con personal interno para prestar los servicios, sino que contrata a instituciones o personas individuales para llevarla a cabo.

2. PROCEDIMIENTO PARA ESTABLECER VINCULOS ENTRE LA ASOCIACION Y ELEMENTOS EXTERNOS.

- a. La asociación deberá asignar un delegado para entrevistarse con las instituciones con las que desee establecer algún vínculo de cooperación mutua.
- b. El delegado antes mencionado establecerá los contactos iniciales, es decir presentara las pretensiones de la asociación y preguntara si existen inconvenientes u objeciones a colaborar con ASOAGROTUR.
- c. En caso de una de una respuesta positiva o negativa para la asociación, el representante deberá de informar a al presidente sobre puntos en que se podrá trabajar conjuntamente.
- d. El presidente deberá de analizar los puntos más significativos o que afecten con mayor impacto a la asociación, para que de ser necesario se convoque a una asamblea general, de lo contrario, con aquellos puntos que el presidente a su criterio considere que no amerita discusión con la junta podrá tomar alguna decisión sobre estos.
- e. Tomada al decisión sobre los puntos para el trabajo conjunto entre la asociación y los elementos externos, el presidente enviara al delegado la respectiva contestación

IV. NORMAS DE SEGURIDAD E HIGIENE

A continuación se presentan algunas propuestas de normas de seguridad e higiene que deberán cumplir los asociados.

1. Instalaciones.

- a. Las estancias deben contar con un área de recepción para el turista donde se le proporcionen los servicios de recepción y registro, custodia de valores, servicio de telefonía e información general.
- b. Cada uno de los miembros asociados que preste cualquier tipo de servicio turístico debe contar con un lugar destinado, exclusivamente, para otorgar servicios de primeros auxilios, y personal con tales conocimientos, en donde se encuentren los suministros necesarios para la aplicación de los mismos.

c. Todos los servicios y accesos de cada una de las instalaciones deben estar perfectamente señalizados de forma pictográfica.

2. Seguridad y servicios.

Los prestadores de servicios agroturísticos deben contar como mínimo con lo siguiente:

a. Personal de seguridad y vigilancia las 24 horas debidamente identificado, uniformado y capacitado para casos de siniestro;

b. Alarma general;

c. Permiso emitido por el servicio de bomberos, el cual debe determinar el número de equipos contra incendio a instalarse dependiendo del área a cubrir;

d. Manual de emergencia para el personal;

e. Anuncios e instructivos de seguridad para los turistas;

f. Bordeado con malla, alambre o cualquier otro que delimite el área en el caso de cabañas;

g. Salvavidas, flotadores en lugar visible y señalamientos de profundidad y corrientes en caso de existir lagos, ríos;

h. Agua potable;

i. Luces de emergencia, y

j. Fosas sépticas e instalaciones para recibir las aguas de deshecho.

k. Área de seguridad para los turistas en caso de siniestro, debidamente identificada con el logotipo de Protección Civil.

l. Se debe anunciar claramente si se aceptan o no animales.

m. Los animales que utilicen las personas con discapacidad deben ser aceptados.

Además de lo anterior, los asociados cuando presten servicios de estancias en cabañas deben contar con:

a) Asadores y quemadores;

b) Mesas con bancos, y

c) Un área destinada exclusivamente a la realización de fogatas, en su caso.

d) Un área de circulación vehicular de 7.50 mts. de ancho como mínimo;

e) Salida de electricidad con suministro de 120 voltios y 30 amperes por cajón y protección para evitar caídas de voltaje;

- f) Suministro de agua potable con grifos en buen estado y en medida estándar para conexión de manguera (1 pulgada);
- g) Señalización por cajón, y
- h) Drenaje con conexión estándar (3 pulgadas) e instalación por debajo del nivel del piso.

3. Higiene.

Para asegurar la limpieza e higiene de las instalaciones requeridas para prestar los servicios, éstos deben contar con:

- a. Zona para basura y botes de basura con tapa y bolsas;
- b. Servicios sanitarios y de regaderas conforme las necesidades de cada establecimiento, ambas instalaciones deben estar separadas; estos servicios deben ser proporcionados al turista con limpieza e higiene en general y deben contar con lo siguiente:
 - Tapete antiderrapante o piso corrugado, en el caso del servicio de regaderas;
 - Contactos e indicadores de voltaje;
 - Botes de basura con tapa y bolsa;
 - Iluminación y ventilación, y
 - Suministros de jabón y papel sanitario.

c. Vigilancia de la Norma

El departamento de control de calidad, vigilará el cumplimiento de las disposiciones contenidas en la presente Norma, y presentará los informes respectivos a la Junta directiva para que ellos apliquen sanciones de ser necesario.

d. Mantenimiento

Las normas antes mencionadas, tendrán que ser revisadas por cada uno de los socios de la ASO AGROTUR, y podrán ser modificadas en consenso en reuniones posteriores. Se aclara que las normas antes expuestas son solamente para que la asociación comience sus operaciones, posteriormente se tendrán que enriquecer. Se recomienda investigar normas mexicanas de turismo para tal fin.

CAPITULO IV:

ESTUDIO ECONÓMICO

A. ESTUDIO ECONÓMICO – FINANCIERO

La decisión de llevar adelante una empresa significa asignar a su realización una cantidad de variados recursos, que se pueden agrupar en dos grandes tipos: los que requiere la instalación de la empresa y los requeridos para la etapa de funcionamiento propiamente dicha

Los recursos necesarios para la instalación constituyen el capital o inversión fija o inmovilizada de la empresa, y los que requiere el funcionamiento constituyen el capital de trabajo, por lo tanto la inversión de la empresa, se refiere a la asignación de recursos, para hacer realidad la asociación, y para determinarlo se realizó la aplicabilidad en la determinación de la inversión del modelo de sistema propuesto, en donde se analizaron tanto los rubros para inversión fija como los de capital de trabajo.

1. INVERSIONES FIJAS Y DIFERIDAS

Las inversiones fijas comprenden los recursos necesarios para la instalación y puesta en marcha del proyecto. Expuesto de otra forma, se puede decir que las inversiones fijas y diferidas son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles e intangibles que se utilizaran en el proceso de prestación del servicio de la asociación o que sirvan de apoyo a las operaciones de ésta, los cuales no son normales a las operaciones de la misma y que no son motivos de las transacciones corrientes por parte de dicha asociación y que se adquieren de una vez durante la etapa de instalación, siendo utilizadas a lo largo de la vida útil.

La inversión fija esta compuesta por los siguientes rubros:

- ✓ Mobiliario y equipo de oficina.
- ✓ Investigación y estudios previos.
- ✓ Gastos de organización legal.
- ✓ Implantación y puesta en marcha.
- ✓ Imprevistos.

a. Mobiliario y equipo necesario para el funcionamiento de la asociación

El mobiliario y equipo de oficina que se ha cotizado ha sido sobre la base de las necesidades que se establecieron en la etapa de diseño, ya que la oficina de la asociación será alquilada pero el mobiliario se comparará para que sea propio de la misma.

Los costos en que se incurrirá para el mobiliario y equipo de oficina se calcularán haciendo uso de la tabla 8 donde se detalla el precio y su respectiva depreciación.

TABLA 8: PRECIO Y DEPRECIACIÓN DE MOBILIARIO Y EQUIPO.

EQUIPO (1)	CANTIDAD (2)	PRECIO UNIT. \$ (3)	TOTAL \$ (4)	n (5)	L (6)	DEPREC. \$ (7)	DEPREC. ANUAL (8)
1							
2							
3							
.							
.							
n							
TOTAL (9)							

Donde:

- (1) Detalle de equipo a comprar.
- (2) Cantidad de equipo a comprar.
- (3) Valor unitario de cada una de los equipos
- (4) El total a gastar por el equipo se obtiene de la Multiplicación de los literales (2) y (3).
- (5) Es el valor de la vida útil estimada para cada equipo.
- (6) Es el valor de recuperación.

- (7) La depreciación es la diferencia que se da entre la columna (4) y la multiplicación de las columnas (6) y (2),
- (8) La depreciación anual se divide la columna (7) entre la (2).
- (9) Es la sumatoria de total del costo de mobiliario y equipo para la asociación.

APLICACIÓN

Los costos del mobiliario y equipo así como de su precio y depreciación se establecen a continuación:

EQUIPO	CANTIDAD	PRECIO UNIT. \$	TOTAL \$	n	L	DEPREC. \$	DEPREC. ANUAL
Escritorios	8	179.9	1,439.18	10	12.11	142.71	\$14.27
Mesas	3	24.23	72.69	10	12.11	6.06	\$0.61
Estantes	4	48.46	193.83	10	6.06	18.78	\$1.88
Porta libros	2	24.23	48.46	8	9.09	4.92	\$0.62
Sillas de oficina	8	58.63	469.07	5	9.09	92	\$18.40
Sillón	1	100	100	8	12.11	10.99	\$1.37
Sillas publicas	10	9.09	90.86	6	1.21	8.96	\$1.49
Archiveros	2	284.69	569.37	10	18.17	55.12	\$5.51
Conmutador	1	1,090.29	1,090.29	10	30.29	106	\$10.60
Teléfonos	8	36.34	290.74	5	9.09	56.33	\$11.27
Fax	1	327.09	327.09	5	18.17	61.78	\$12.36
Computadoras	3	600	1,800.00	10	121.14	167.89	\$16.79
Fotocopiadoras	1	1,211.43	1,211.43	5	121.14	218.06	\$43.61
Máq. De escribir	1	181.71	181.71	5	18.17	32.71	\$6.54
Pizarra acrílica	1	72.69	72.69	5	6.06	13.33	\$2.67
TOTAL			7,957.39				\$147.98

- (2) Enumeración de las actividades principales a realizar durante la investigación tales como: salarios, horas computadoras, papelería, tinta para impresor, combustible, fotocopias, imprevistos, etc.
- (3) Establecer la relación entre la cantidad necesaria a utilizar de las actividades con el tiempo promedio de las mismas.
- (4) El resultado es valor del costo de las relaciones que se necesitan en cada actividad.
- (5) Es la sumatoria de los costos totales a utilizar en las actividades para la investigación.

APLICACIÓN.

Los costos de la investigación y estudios previos se establecen a continuación:

Duración de la investigación 6 meses		
RUBRO	RELACIÓN	RESULTADO
Salario	777.78 x (3 Personas)	\$ 14,000.00*
Horas - Computadora	Horas - Computadora x Costo (50* \$1.00)	\$ 50.00
Papelería		\$ 60.00
Tinta para impresor	Costo x No. de Cartuchos (4 * \$29)	\$ 116.00
Combustible		\$ 175.00
Fotocopias		\$ 35.00
Imprevistos (10%)		\$ 1,437
	TOTAL	\$15,807.00

*El costo es por 6 meses

c. Gastos de Organización Legal

Incluye todos los gastos derivados de los trámites requeridos por las instituciones gubernamentales para legalizar la asociación, es decir todo lo que la empresa necesita para que pueda desarrollarse legalmente. Se incluyen en este rubro los gastos legales, notariales y los impuestos asignados por la formación de la asociación.

Los costos y actividades principales requeridas para la legalización de una empresa se deben incluir en la siguiente tabla 10:

TABLA 10: COSTOS DE LEGALIZACIÓN DE LA EMPRESA.

ACTIVIDAD (1)	COSTO (2)
TOTAL (3)	

Donde:

- (1) Detalle de las actividades principales para la formación de la asociación, estas pueden ser: honorarios de abogados, trámites de registro de marca, trámites de solvencia e inscripción en la alcaldía, pago a personal tramitador.
- (2) Costo aproximado de cada una de las actividades para la legalización de la empresa.
- (3) El total es la sumatoria de todos los costos de las actividades.

APLICACIÓN.

A continuación se detallan los costos para cada uno de las actividades:

ACTIVIDAD	COSTO (\$)
Honorarios de abogados	250
Inscripción en alcaldía	50
Trámites de registro de marca	75
Trámites de solvencia	75
Pago a personal tramitador	50
TOTAL	500

El costo aproximado de dicho rubro es de: **\$ 500.00**

d. Administración del proyecto

Se requiere de un personal capacitado para su administración del proyecto, para conocer las condiciones de las etapas previas, hasta instalar o implementar la asociación, desarrollando todas aquellas actividades necesarias, para el buen funcionamiento del modelo. Para ello se necesita una buena organización que las ejecute en forma adecuada, por lo cual en este rubro se consideran los salarios de este personal y demás recursos para ello. Es por eso que a continuación se presenta en la tabla 11 de la forma de cómo calcular los costos para la administración del proyecto

TABLA 11: COSTOS DE IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO.

Duración de la implementación: (1) _____	
RUBROS (2)	COSTOS \$ (3)
Total de salario mensual (4)	
Total de salario de implementación (5)	
OTROS (6)	
Total de otros (7)	
TOTAL DE IMPLEMENTACIÓN (8)	

Donde:

- (1) Especificación de la duración de la implementación.
- (2) Detalle de los rubros a tomar en cuenta para la implementación.
- (3) Costos de cada uno de los rubros a tomar en cuenta.
- (4) Sumatoria Total de los gastos mensuales
- (5) El total de los salarios para el todo el periodo de la implementación se establece multiplicando el literal (1) con el (4).

- (6) Detalle de otros rubros necesario para la implementación tales como: capacitación, anuncios, alquiler de local, adecuación e instalación de mobiliarios, etc.
- (7) Sumatoria de todos los costos de otros rubros.
- (8) El total de la implementación se obtiene de la sumatoria del literal (5) y (7).

APLICACIÓN.

La implantación durara 3.5 meses tendrá a las tres mismas personas que estarán a cargo del funcionamiento de la empresa integradora por lo que devengaran el siguiente salario específico:

Duración de la implementación: <u>3.5 meses</u> .	
RUBROS	COSTOS \$
Gerente General	914.29
Encargado de administración	685.71
Encargado de operaciones	457.14
Total de salario mensual	\$2057.14
Total de salario de implementación	\$7200.00
OTROS	
Capacitación:	614.86
Anuncio de requerimiento de personas	228.57
Alquiler de local durante la implantación (3.5 meses)	1485.71
Adecuación de local e instalación de mobiliario	1600.00
Total de otros	\$3929.14
TOTAL DE IMPLEMENTACIÓN	\$11,124.14

Total de Administración del Proyecto: \$11,124.14

e. Imprevistos

Los imprevistos tienen como finalidad afrontar las variaciones de lo planificado en cuanto a inversiones, es decir, que sirve para cubrir acciones no previstas. Para el caso se ha

establecido como criterio un 5% de la inversión fija siendo esta de \$ 35,388.53, por lo que a continuación se presenta el cálculo de los imprevistos:

$$\begin{aligned} \text{Imprevistos} &= (\text{inversión fija}) (\text{porcentaje estimado}) \\ &= (\$ 35,388.53) (5\%) \end{aligned}$$

Total Imprevistos = \$ 1,769.43

2. CAPITAL DE TRABAJO

El presente modelo requiere de una inversión en rubros diferentes a las inversiones fijas, las cuales permitan desarrollar el funcionamiento inicial de la asociación, es decir, financiar los primeros servicios antes de recibir los ingresos.

El capital de trabajo involucrará aspectos tales como: papelería, capacitación, catalogo de productos turísticos, alquiler, anuncio en Internet. Para ello se presenta a continuación la tabla 12 donde se describe los rubros y costos necesarios para el capital de trabajo.

TABLA 12: COSTOS DE CAPITAL DE TRABAJO.

CAPITAL DE TRABAJO	
Periodo estimado: _____(1)	
RUBROS (2)	COSTOS \$ (3)
TOTAL (4)	

Donde:

- (1) Se detalla el periodo estimado para crear un capital de trabajo necesario hasta que se puedan percibir ingresos que puedan sustentar los rubros detallados.
- (2) Desglose de los rubros necesarios para el capital de trabajo.
- (3) Costos de los rubros del capital de trabajo
- (4) Sumatoria de los costos totales del capital de trabajo.

APLICACIÓN.

Se abarcara el capital necesario para los primeros seis meses hasta recibir los ingresos como resultado de la prestación de los servicios de los asociados, lo cual será utilizado para salarios y demás gastos.

A continuación se presenta en la tabla 13 un desglose detallado de todos los salarios tomados en cuenta para la estimación del costo de salario:

TABLA 13: DESGLOSE DE SALARIOS.

CANT	CARGO	TOTAL ANUAL (\$)	SEMESTRAL* (\$)
1	Gerente General	9600.5	4800.25
1	Financiero	5169.5	2584.75
1	Comercialización	5169.5	2584.75
1	Contador	5169.5	2584.75
1	Producto	5169.5	2584.75
1	Control de calidad	5169.5	2584.75
1	Promotor Turístico	5169.5	2584.75
4	Guía turístico	17724	8862.00
2	Secretarias	11816	5908.00
	Total	70157.5	35078.75

* Incluye las prestaciones de ley: ISSS,AFP, Vacaciones Anuales y Aguinaldo; el detalle se muestra en los costo de absorción

CAPITAL DE TRABAJO	
Periodo estimado: <u>6 meses</u> .	
Salarios	35,078.75
Alquiler (6 meses)	1,500
Papelería y accesorios (toner, tintas)	522.30

Capacitación para interesados	1,000.00
Gastos Generales	1,817.69
Guías turísticas (Especificar Revista)	
✓ Diseño	100.00
✓ Costo del espacio	450.00
Catalogo de productos agroturísticos	
✓ Diseño	285.72
✓ Tiraje (500 ejemplares)	514.29
Llaveros, Camisetas	15,212.55
Efectivo (15% del total)	6,937.75
Imprevistos (10% de Capital de Trabajo)	6,341.91
TOTAL	\$ 69,760.96

PLAN GLOBAL DE INVERSIONES

Haciendo un resumen de los rubros anteriormente detallados, se puede revisar en la siguiente tabla, el monto de dinero necesario para la inversión fija y el capital de trabajo necesario para que comience a operar la asociación:

INVERSION FIJA Y DIFERIDA	
Mobiliario y equipo de oficina	7,957.39
Investigación y estudios previos	15,807.00
Gastos de organización legal	500.00
Administración del proyecto	11,124.14

Imprevistos	1,769.43
SUBTOTAL	\$ 37,157.96
CAPITAL DE TRABAJO	
Salarios	35,078.75
Alquiler (6 meses)	1,500.00
Papelería y accesorios (toner, tintas)	522.30
Capacitación para interesados	1,000.00
Gastos Generales	1,817.69
Guías turísticas (Especificar Revista)	
✓ Diseño	100.00
✓ Costo del espacio	450.00
Catalogo de productos agroturísticos	
✓ Diseño	285.72
✓ Tiraje (500 ejemplares)	514.29
Llaveros, Camisetas	15,212.55
Efectivo	6,937.75
Imprevistos	6,341.91
SUBTOTAL	\$ 69,760.96
TOTAL	\$ 106,918.92

Como ya se dijo anteriormente, del monto total anterior de la inversión, restaremos el costo de la investigación y estudios previos ya que éste es en realidad un aporte de la Escuela de Ingeniería Industrial.

$$\begin{aligned}\text{Total plan global de Inversiones} &= \text{plan global de inversiones} - \text{investigación y estudios previos} \\ &= \$ 106,918.92 - \$ 15,807.00 \\ &= \mathbf{\$ 91,111.92}\end{aligned}$$

B. ESTABLECIMIENTO DEL SISTEMA DE COSTOS

Para poder establecer el calculo de los costos, es necesario asignar precios a los recursos requeridos, los cuales están físicamente cuantificados en el diseño; esto con el objetivo de conocer cuanto cuesta el servicio, el cual es llamado costo de servicio, el cual es muy importante, ya que a partir de este se fija el precio de venta del producto.

De acuerdo a lo anterior, es necesario llevar un control de los costos incluidos en este, en donde la información deberá ordenarse y clasificarse de tal manera que permita visualizar todos sus componentes y calcular los montos totales. Por lo tanto, para la asociación, se establecerá la estructura de costos a utilizar, entendiéndose por estructura de costos al conjunto de procedimientos, registros y cuentas especialmente diseñadas con el objeto de determinar el costo unitario del servicio, el control de las operaciones que se realizan para llevar a cabo dicha función en la empresa y proporcionar a la dirección de la misma los elementos para ejercer una adecuada toma de decisiones.

La estructura de costos a utilizar se selecciona en base a dos aspectos:

- a) Los elementos que se incluyen
- b) Las características de producción del servicio

1. Costeo del servicio.

Como una forma de analogía, se costeara los servicios que la asociación vendiera a través del costeo absorbente. Los elementos de costo que se incluyan son los siguientes:

- ✓ Costo de atractivos turísticos. Aquí se incluyen los costos directos de elaboración del servicio (mano de obra, insumos, Gastos indirectos de fabricación variables).
- ✓ Costos administrativos.
- ✓ Costo de comercialización.
- ✓ Costo financiero.

Es importante señalar que la evaluación de proyectos es una técnica de planeación, y la forma de tratar el aspecto contable no es tan rigurosa, por lo cual no entraremos en detalle en cuanto al sistema de costos²². Es decir solamente hacemos una analogía para costear los paquetes agroturísticos, para poder realizar las evaluaciones pertinentes.

1. COSTOS FINANCIEROS

Se refieren a los costos que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamos. Se refiere solo a los intereses y no a la parte a abono a capital.

Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamos, éste depende de la fuente y forma de financiamiento, para calcularlo se puede seguir este procedimiento:

Determinar la cuota fija mensual.

De acuerdo al plazo de pago del crédito se usa la siguiente fórmula para calcular la cuota anual.

$$C = P \left(i \frac{(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \right)$$

Donde:

C = Cantidad a colocar al final de cada mes

i = La tasa de interés mensual

P = Capital financiado

n = número de meses que dura el proyecto

²² Gabriel Baca Urbina, Cuarta edición, Pág. 161

Los costos financieros se pueden calcular mediante el uso de la tabla 14 del pago de la deuda, en la cual se presenta el pago mensual al principal, así como los intereses que han de pagarse durante el periodo para cancelar el préstamo.

TABLA 14: PAGO DE LA DEUDA

MES (1)	INTERÉS (2)	MENSUALIDAD (3)	PAGO A CAPITAL (4)	DEUDA (5)
0				
1				
2				
.				
N				

Donde:

- (1) Meses que dura el crédito
- (2) Interés de la deuda, es el resultado de multiplicar el saldo de la deuda de un mes anterior por la tasa de interés del préstamo.
- (3) Cuota fija mensual, resultado de la formula anteriormente expuesta.
- (4) Pago a capital, resultado de la diferencia entre el interés (2) y la cuota fija mensual (3)
- (5) Saldo de la deuda al final del mes. Calculado de la diferencia entre la deuda del mes anterior (5) y el abono a capital del mes en curso.

a. FINANCIAMIENTO.

El Banco Multisectorial de Inversión (BMI) facilita préstamos a mediano y largo plazo para financiar la preparación y ejecución de proyectos de inversión en las áreas de la industria, agroindustria, desarrollo social, pequeña empresa, construcción y servicio, así como aquellos proyectos cuyo objetivo sea eliminar o disminuir efectos negativos en el medio ambiente.

Este banco se encarga de proveer fondos complementarios necesarios al sistema financiero a través del fondo de crédito para inversiones, para pequeña y mediana empresa y para la gran empresa, pero en especial para fomentar la inversión, especialmente a modernizar el agro y el ahorro interno.

El BMI es una institución pública de crédito que concede préstamos a través de instituciones financieras autorizadas, e invierte en proyectos del sector privado que incrementen el empleo y las exportaciones.

Los que pueden tener acceso a estos créditos son las personas naturales o jurídicas, los cuales deben considerar los siguientes aspectos:

- ▶ Justificación de la factibilidad técnica y económica del proyecto.
- ▶ Según la naturaleza del proyecto y la estabilidad de la empresa, los préstamos se concederán a plazos entre 2 y 25 años, Cuando el proyecto lo requiera, se considerarán períodos de gracia de hasta 10 años.
- ▶ La institución financiera donde se tramite el préstamo determinará las garantías que considere necesarias.
- ▶ La tasa de interés que se paga por los préstamos es la tasa del mercado.

1. COSTOS DEL PROYECTO QUE SE PUEDEN FINANCIAR.

- ▶ Maquinaria y equipo.
- ▶ Edificaciones.
- ▶ Valor de los estudios de factibilidad y de impacto ambiental.
- ▶ Gastos de instalación.
- ▶ Pagos por servicios técnicos, que comprenden adquisición de tecnología moderna.
- ▶ Capital de trabajo estructural.

2. CLASIFICACIÓN DE LA EMPRESA.

El BMI clasifica como microempresa a aquella cuyos activos no exceden de \$14,857.14, que se dedican a actividades agrícolas, industriales, comerciales, artesanales o de prestación de servicios y que cuentan con un máximo de 10 trabajadores, incluyendo a su propietario.

Se llama pequeña empresa aquella cuyos activos totales no excedan los \$114,285,714.28 o cooperativas de pequeños empresarios dedicados a actividades industriales, comerciales, artesanales y de servicio. Se considera mediana empresa a aquella cuyos activos exceden los \$114,285,714.28.

3. LÍMITES DEL FINANCIAMIENTO.

Los límites máximos del financiamiento para inversiones son:

Límites de financiamiento para inversiones de:	Financiamiento máximo:
Micro y pequeña empresa	Hasta 90% de inversión.
Hasta de 10 millones.	Hasta 80% de inversión.
De 10 hasta 30 millones.	Hasta 70% de inversión.
De 30 hasta 60 millones.	Hasta 60% de inversión.
Mas de 60 millones.	Hasta 50% de inversión.

4. FINANCIAMIENTO PARA EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA Y AGROINDUSTRIA.

Los financiamientos destinados a fomentar el desarrollo de proyectos de inversión que persiguen el aumento de la capacidad productiva de la industria y/o agroindustria, impulsan el proceso de reconversión industrial y contribuyen a una mejor generación de empleo y mejoramiento del bienestar económico, ofrecen diferentes plazos y periodos de gracia de acuerdo a los destinos para que se requiera el financiamiento.

CUADRO 49 DESTINOS, PLAZOS Y PERIODOS DE GRACIA.

DESTINOS	PLAZOS	PERIODOS DE GRACIA
Para capital de trabajo permanente: Empresas agroindustriales no tradicionales e industriales	Hasta 4 años.	Hasta 1 año.
Para estudios técnicos: Empresas agroindustriales no tradicionales industrias.	Hasta 4 años.	Hasta 1 año.

Adquisición de maquinaria y equipo: Empresas Agroindustriales no tradicionales e industrias.	Hasta 10 años	Hasta 2 años
Construcción de Instalaciones: Empresas agroindustriales no tradicionales e industrias	Hasta 15 años.	Hasta 4 años

Nota:

- Los proyectos a financiarse deberán respetar la legislación ambiental vigente.
- Los proyectos a financiarse serán supervisados periódicamente para determinar la buena utilización de los recursos.

5. FINANCIAMIENTO DEL MODELO.

Para financiar el modelo, refiriendo a la inversión de la asociación como tal, se ha consultado la pagina WEB de la Superintendencia del Sistema Financiero, la información obtenida de los bancos nos revela que el Banco Salvadoreño, trabaja con fondos provenientes del BMI. De acuerdo a la información obtenida y para efectos del modelo se tiene que este banco tiene la tasa de interés efectiva calculada a partir de la tasa de BMI (5.25%) VER ANEXO 11, mas el 7.14% que es el interés del banco (VER ANEXO 12); lo que nos resulta en una tasa anual del 12.39%.

Para la implantación del proyecto será necesario auxiliarse del BMI a través del Banco Salvadoreño para financiar la inversión total, la cual es de \$ 91,111.92 la inversión se hará en una relación de 90 - 10, es decir, el 90% de la inversión del proyecto se realizará con fondos provenientes del sector financiero para un plazo de 5 años, lo que corresponde a \$ 82,000.73. Y la asociación aportará el 10% restante correspondiente a \$ 9,111.19 por lo que los interesados en el modelo o socios deben aportar dicha cantidad.

De acuerdo al plazo de pago del crédito, la tasa de interés y el monto a solicitar prestado, se calcula la cuota anual por medio de la siguiente fórmula:

$$C = P \left(\frac{i(1+i)^n}{(1+i)^n - 1} \right)$$

Donde:

C = Cantidad a colocar al final de cada año

i = La tasa de Interés Anual = 12.39 %

n = Número de años que dura el crédito = 5

P = Monto Solicitado = \$ 82,000.73

Sustituyendo en la fórmula anterior se tiene que el desembolso anual corresponde a \$ 22,747.80

La amortización de la deuda se presenta en la tabla 15, en el cual se incluye el pago anual al capital y los intereses a pagar por dicho capital durante el plazo pactado.

TABLA 15: AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA.

AÑOS PLAZO	INTERÉS (\$)	ANUALIDAD(\$)	PAGO A CAPITAL (\$)	DEUDA ANUAL (\$)
0				82,000.73
1	\$9,840.09	22747.80	12,907.71	69,093.02
2	\$8,291.16	22747.80	14,456.64	54,636.38
3	\$6,556.37	22747.80	16,191.43	38,444.95
4	\$4,613.39	22747.80	18,134.41	20,310.54
5	\$2,437.26	22747.80	20,310.54	0.00

En la tabla 16 se presenta el prorrateo de los costos de financiamiento, para ello se toma en cuenta las proyecciones realizadas en el diseño, donde se estima vender para el paquete 1 un 49% , paquete 2 un 33% y el paquete 3 un 18%, sumando así un 100% de las ventas estimadas.

T

TABLA 16: PRORRATEO DE LOS COSTOS FINANCIEROS POR PAQUETE.

PAQUETE	2006	2007	2008	2009	2010
Paquete 1	4,821.64	4,062.67	3,212.62	2,260.56	1,194.26
Paquete 2	3,247.23	2,736.08	2,163.60	1,522.42	804.30
Paquete 3	1,771.22	1,492.41	1,180.15	830.41	438.71

A pesar de lo expuesto anteriormente se pueden recomendar algunas opciones que los socios o interesados en el proyecto pueden tomar en cuenta:

- ▶ Que consideren la posibilidad de obtener otro préstamo para el capital de trabajo y que los socios sólo aporten el 10% de la inversión.
- ▶ Que los socios o interesados en el proyecto consideren la idea de financiarse con préstamos personales para hacer su aporte a la empresa.
- ▶ Con esta nueva ley de integración monetaria los plazos para crédito se alargarán, por lo que queda a decisión de los interesados la posibilidad de ampliarlo.

2. COSTO DE PRODUCCION DEL SERVICIO AGROTURISTICO

DETERMINACION DE LOS SERVICIOS AGROTURISTICOS A PRODUCIR

Para determinar los costos de producción de los servicios agroturísticos, primero se tienen que identificar los servicios que se prestarán y además, es necesario desglosar en términos de costos las actividades que se desarrollan en la prestación del servicio. A continuación se detallan cada una de ella:

a. ALOJAMIENTO

Designaremos al alojamiento como el lugar en el cual los turistas podrán descansar o gozar de privacidad para poder realizar cualquier actividad personal que el turista estime conveniente. Los alojamientos los podrá proporcionar cualquier asociado que cumpla con las normas de calidad de prestación de servicio que la asociación estipule. Para efectos de vender la mayor cantidad de paquetes, se proporcionara un precio competitivo, tomando

como referencia los precios que la competencia posee actualmente como se muestra en la tabla 17

TABLA 17: PRECIOS DE ALOJAMIENTO DE LAS PRINCIPALES HOTELES DE CHALATENANGO

SITIOS TURISTICOS	PRECIO POR NOCHE (\$)	PERSONAS POR HABITACION
Miramundo	25.00	4
Hotel Entre Pinos	40.00	2
Hotel La Palma	20.00	6
Hotel Chalatenango	15.00	2
Hostal El Manzano	10.00	4

Fuente: Consultas vía telefónica

Como se puede observar en la tabla anterior y considerando el precio que cada uno de los lugares cobra por noche, observando que Hotel entre Pinos y Hostal Miramundo son los lugares que tienen el mayor precio por la comodidad que ofrecen y Hotel la Palma, Hotel Chalatenango y Hostal el Manzano son los de menor precio respectivamente debido principalmente a lo rustico de las habitaciones. Considerando estas condiciones para determinar el precio por alojamiento por noche y albergando un máximo de 6 personas tenemos:

- ✓ Hotel la Palma = 6 personas = \$20.00
- ✓ Hotel Chalatenango = 2 personas = \$15.00
- ✓ Hostal el Manzano = 4 Personas = \$10.00

Hemos considerado que estos tres lugares reúne las condiciones rusticas similares a los lugares donde los asociados hospedarán a los turistas.

Tenemos en promedio 4 personas a un costo de \$ 15.00, tendríamos un precio por persona de \$3.75. El costo estimado por el servicio de estancia a cancelar a cada uno de los asociados, tomando en cuenta que la estancia es en un medio rural; considerando que deben de poseer las condiciones mínimas de seguridad y comodidad.

b. ALIMENTACIÓN

Los precios de la alimentación que utilizamos para determinar el costo del paquete agroturístico es en base a un precio estimado de cuanto costara a la asociación el adquirir este servicio de los asociados, se detalla en la tabla 18, estos precios se han calculado en base a los costos de comida que se puede servir en cualquier comedor.

TABLA 18: PRECIOS ESTIMADOS DE COMIDA.

DESAYUNOS	COSTOS	ALMUERZOS	COSTOS	CENAS (5)	COSTOS
(1)	(2)	(3)	(4)		(5)
Total (7)					
Utilidad 50% (8)		Utilidad 50%		Utilidad 50%	
Precio (9)		Precio		Precio	

Donde:

- (1) Los alimentos que pueden formar un desayuno.
- (2) Costos de los alimentos del desayuno.
- (3) Los alimentos que pueden formar un almuerzo.
- (4) Costos de los alimentos del almuerzo.
- (5) Los alimentos que pueden formar una cena.
- (6) Costos de los alimentos de la cena.
- (7) Sumatoria de todos los costos de los alimentos que conforman el plato de comida.
- (8) Utilidad aproximada que el asociado puede dar al precio de venta.
- (9) El precio de venta lo conforma la Sumatoria del literal (7) y (8)

APLICACIÓN.

Los diferentes alimentos con sus respectivos precios que se investigaron en comedores locales de San Salvador serán tomados como base para el establecimientos de los costos en que incurrirá la asociación para la prestación se servicios de los paquetes. Detallando así los alimentos mas caros y el margen de ganancia que pudieran tener aquellos asociados que ofrezcan este servicio.

DESAYUNOS	COSTOS	ALMUERZOS	COSTOS	CENAS	COSTOS
Huevos Revueltos	\$0.25	Arroz	\$0.20	Huevos Revueltos	\$0.25
Casamiento	\$0.20	Pescado	\$0.70	Casamiento	\$0.20
Queso	\$0.15	Ensalada	\$0.10	Queso	\$0.15
Crema	\$0.25	Fresco	\$0.12	Crema	\$0.25
Café	\$0.15	Tortillas	\$0.08	Café	\$0.15
Pan	\$0.08			Pan	\$0.08
Total	\$1.08	Total	\$1.20	Total	\$1.08
Utilidad 50%		Utilidad 50%		Utilidad 50%	
Precio	\$1.62	Precio	\$1.80	Precio	\$1.62

c. TRANSPORTE

El costo del servicio de transporte se realiza sobre la base de los costos actuales de la gasolina, la distancia máxima recorrida y otros costos como por ejemplo recurso humano necesario y depreciación. Para cubrir todos los costos anteriormente expuestos, al gasto de la gasolina se le agrega un ingreso por Km. Recorrido. En la siguiente tabla 19 se resume lo anteriormente expuesto

TABLA 19: COSTO DE TRANSPORTE.

TIPO		Precio	Rendimiento		Costo	
(1)	Distancia	Gasolina	Km./GAL	Gasto	por Km	Precio
	KM (2)	\$ (3)	(4)	\$ (5)	(6)	\$ (7)
TOTAL (8)						

Donde:

- (1) Descripción del tipo de transporte a utilizar.

- (2) Distancia en Km. a recorrer.
- (3) Precio estimado de galón de la gasolina.
- (4) Rendimiento aproximado del kilometraje por galón.
- (5) Se calcula dividiendo (2) entre (4)
- (6) Costo adicional estimado por Km. Recorrido.
- (7) Es la suma de (5) y (6).

APLICACIÓN.

Para cubrir todos los costos anteriormente expuestos, al gasto de la gasolina se le agrega un ingreso de \$0.57 por Km. Recorrido. En la siguiente tabla se resume lo anteriormente expuesto:

TIPO	Distancia KM	Precio Gasolina \$	Rendimiento Km./GAL	Gasto \$	Costo 0.57=1Km \$	Precio \$
Pick Up	16	3.08	35	\$1.41	\$9.12	\$10.53

d. ATRACTIVOS

Los atractivos son los servicios que los agricultores, artesanos, ganaderos y la asociación ofrecen (por prestar servicios de guianza a través de sitios naturales y agropecuarios) a los turistas. Los costos relacionados a estas actividades básicamente están conformados por los servicios prestados por los guías turísticos, por lo que los asociados tendrían ingresos significativos por sus actividades laborales. A continuación se presenta en la tabla 20 un formato para la determinación de los costos y la especificación de los días de estancia en el lugar donde se encuentra el atractivo:

TABLA 20: COSTOS Y DÍAS DE ESTANCIA DE LOS ATRACTIVOS.

ATRATIVOS (1)	Costos (\$) (2)	DÍAS DE ESTANCIA (3)		
		1	2	3
TOTAL ATRACTIVOS (4)				
COSTO DE LOS ATRACTIVOS (5)				

Donde:

- (1) Detalle de los atractivos turísticos.
- (2) Costos de cada uno de los atractivos.
- (3) Días de estancia en cada uno de los atractivos.
- (4) Sumatoria de días en que se visitara los atractivos.
- (5) Total de los costos por cada uno de los atractivos

APLICACIÓN.

ATRATIVOS	Costos ²³ (\$)	DÍAS DE ESTANCIA		
		1	2	3
Recursos Naturales y actividades culturales	5.00	1	1	2
Agropecuarias	5.00	1	2	3
Artesanías	5.00	0	1	1
TOTAL ATRACTIVOS		2	4	6
COSTO DE LOS ATRACTIVOS		\$10.00	\$20.00	\$30.00

²³ Calculado para un grupo de 6 personas

Los Recursos Naturales y actividades culturales se tomaran en cuenta para el costeo del producto ya que se deberán de pagar una contribución para el desarrollo de estos atractivos, y para mantener la igualdad en los precios con los otros atractivos, para establecer dichos precios se han tomado como referencia el valor de la entrada a lugares similares que se encuentran en el país, siendo algunas fuentes parquea nacionales y privados.

e. COSTO DE DESARROLLO DEL PRODUCTO

El costo de desarrollo de producto esta comprendido por los salarios del Jefe de Desarrollo de Producto y por los servicios prestados por los guías turísticos los cuales son costos que no cambian a través del tiempo a no ser por un cambio en el contrato de trabajo.

A continuación se detallan en la tabla 21 todos los descuentos legales, así como los costos de cada persona que se encuentre en el desarrollo del producto:

TABLA 21: COSTOS DE PERSONAL DE DESARROLLO DEL PRODUCTO.

Nombre del Puesto (1)	No de Empleados (2)	Sueldo Mensual (3)	Salario Anual (4)	ISSS 7% (5)	AFP 6.5% (6)	Vacaciones (7)	Aguinaldo (8)	TOTAL ANUAL POR EMPLEADO (9)	TOTAL ANUAL (10)
								TOTAL (11)	

Donde:

- (1) Definir el nombre del puesto.
- (2) Establecer la cantidad de personas para este puesto.
- (3) Determinar el salario mensual para el puesto.
- (4) El salario anual se obtiene de multiplicar el literal anterior por 12.
- (5) El ISSS se obtiene de multiplicar el literal (4) por 0.07
- (6) La comisión de AFP se obtiene de multiplicar el literal (4) por 0.065
- (7) Las vacaciones se calculan en base a
- (8) El aguinaldo se calculan en base a

(9) Se suman de los literales (4) al (8).

(10) Para el costo total anual se multiplica el literal (2) coloca el literal anterior.

(11) Se suman todos los totales anuales.

APLICACIÓN.

Se refiere a las dos personas involucradas en el proceso de desarrollo del producto, los salarios están puestos considerando las funciones que este realizara en el servicio. Su costo anual se define a continuación:

Nombre del Puesto	No de Empleados	Sueldo Mensual	Salario Anual	ISSS 7%	AFP 6.5%	Vacaciones	Aguinaldo	TOTAL ANUAL POR EMPLEADO	TOTAL ANUAL
Jefe de desarrollo de producto	1	350	4,200	294	273	227.5	175	5,169.50	5,169.50
Guías turísticos	4	300	3,600	252	234	195	150	4,431.00	17,724.00
								TOTAL	22,893.50

En la tabla 22 se realiza un prorrateo del costo de desarrollo del producto, para ello se toma en cuenta las proyecciones realizadas en el diseño

TABLA 22: PRORRATEO DE LOS COSTOS DE DESARROLLO DEL PRODUCTO

PAQUETES	PRORRATEO \$
Paquete 1 (49%)	11,217.82
Paquete 2 (33%)	7,554.86
Paquete 3 (18%)	4,120.83

f. RESUMEN DE COSTOS DE PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS AGROTURISTICOS

En la siguiente tabla se presenta el resumen de cada uno de los costos de producción por persona de los servicios agroturísticos y el de desarrollo de productos agroturísticos:

RUBROS	PRODUCTOS		
	Producto 1	Producto 2	Producto 3
Alimentación	\$5.04	\$10.08	\$15.12
Transporte	\$1.75	\$3.51	\$5.26
Alojamiento	-----	\$3.75	\$7.50
Atractivos	\$1.67	\$3.33	\$5.00
SUB TOTAL UNITARIO	\$8.46	\$20.67	\$32.88
SUB TOTAL ANUAL	56,157.73	92,405.44	80,176.56
Costo de desarrollo de productos	11,217.82	7,554.86	4,120.83
TOTAL ANUAL	67,375.55	99,960.30	84,297.39

El costo total de producción de servicios agroturísticos asciende a: **\$ 251,633.24**

3. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN

Son los provenientes de realizar las funciones administrativas dentro de la asociación, en éste se deben incluir los siguientes:

- a. Mano de obra
- b. Agua, energía eléctrica, teléfono
- c. Alquiler de local
- d. Papelería
- e. Equipo de oficina

- a. Mano de Obra

Los gastos en que se incurrirá de la mano de obra para los costos de administración se calcularán con ayuda de la tabla 23, donde se presentan todos los descuentos legales, así como los costos de cada persona:

TABLA 23: COSTOS DE PERSONAL DE DESARROLLO DEL PRODUCTO.

Nombre del Puesto (1)	No de Empleados (2)	Sueldo Mensual (3)	Salario Anual (4)	ISSS 7% (5)	AFP 6.5% (6)	Vacaciones (7)	Aguinaldo (8)	TOTAL ANUAL POR EMPLEADO (9)	TOTAL ANUAL (10)
								TOTAL (11)	

Donde:

- (1) Definir el nombre del puesto.
- (2) Establecer la cantidad de personas para este puesto.
- (3) Determinar el salario mensual para el puesto.
- (4) El salario anual se obtiene de multiplicar el literal anterior por 12.
- (5) El ISSS se obtiene de multiplicar el literal (4) por 0.07
- (6) La comisión de AFP se obtiene de multiplicar el literal (4) por 0.065
- (7) Las vacaciones se calculan en base a
- (8) El aguinaldo se calculan en base a
- (9) Se suman de los literales (4) al (8).
- (10) Para el costo total anual se multiplica el literal (2) coloca el literal anterior.
- (11) Se suman todos los totales anuales.

APLICACIÓN.

Se refiere a las dos personas involucradas en la administración, los salarios están puestos considerando las funciones que este realizara en el servicio. Su costo anual se define a continuación:

Nombre del Puesto	No de Empleados	Sueldo Mensual	Salario Anual	ISSS 7%	AFP 6.5%	Vacaciones	Aguinaldo	TOTAL ANUAL POR EMPLEADO	TOTAL ANUAL
Gerente general	1	650	7800	546	507	422.5	325	9600.5	9600.5
Jefe de finanzas y administración	1	350	4200	294	273	227.5	175	5169.5	5169.5
Contador	1	350	4200	294	273	227.5	175	5169.5	5169.5
Encargado de calidad	1	350	4200	294	273	227.5	175	5169.5	5169.5
Secretaria	2	400	4800	336	312	260	200	5908	11816
								TOTAL	36925

b. Agua, energía eléctrica

✓ AGUA

Se calcula considerando el consumo promedio diario por persona, siendo este de 22 mt³, dando un total de 132 m³ al mes, considerando el gasto de agua en servicios sanitarios. El costo de este servicio es \$ 38.33 mensual y \$460.00 anual.

✓ ELECTRICIDAD

La cantidad promedio estimada para la asociación es de 349 Kw/Hr, esto es en base al consumo promedio de una casa de familia con 5 integrantes donde actualmente el precio unitario por Kw/Hr es de \$0.16. El costo de este servicio es \$55.83 mensual y \$ 670.00 anual.

✓ TELÉFONO

Considerando la cuota fija vigente mas un promedio de consumo de 263 minutos de impulso a un costo de promedio \$0.25²⁴ (IVA incluido), se tiene un gasto mensual aproximado de \$65.83 mensuales y \$790.00 anual.

A continuación se presenta una tabla 24 el resumen de todos los costos de estos rubros:

TABLA 24: RESUMEN DE COSTOS DE SERVICIOS BÁSICOS PARA LOS COSTOS ADMINISTRATIVOS.

RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD REQUERIDA	PRECIO UNITARIO	2006	
				MENSUAL	ANUAL
Electricidad	Kw/Hr	349	0.16	55.83	670.00
Teléfono	Min	184	0.25	46.00	552.00
Agua	M ³	132	0.29	38.33	460.00
<i>Total de gastos</i>				159.99	1682.00

c. Alquiler de local

Para la asociación se ha estimado el alquiler de una casa en el centro de Chalatenango, evaluando el alquiler de zona se estima que se pagara \$250.00 mensuales y se dará un depósito por la misma cantidad. Siendo un valor anual de \$ 3000.00

d. Papelería

En cuanto a los gastos de papelería se han considerado aquellos que son representativos y más importantes como se detalla en la siguiente tabla:

²⁴ promedio entre la tarifa reducida local y la tarifa plena nacional.

TABLA 25: DETALLE DE COSTOS DE PAPELERÍA.

CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL ANUAL (\$)
Toner	1 Recarga	\$16.67	\$200.00
Tintas	10 Recargas	\$58.33	\$700.00
Papel	18 Resmas	\$10.50	\$126.00
Bolígrafos	2 Docenas	\$0.42	\$5.00
Fólderes	100 unidades	\$1.13	\$13.60
TOTAL			\$1044.60

e. Depreciación

El mobiliario y equipo que utilizará la asociación perderá su valor con el paso del tiempo ya sea por obsolescencia o por que su vida útil ha terminado, lo que quiere decir que esto representa un costo que tendremos que considerar para cada uno de los ya mencionados. El total anual para este rubro es de \$ 147.98, como se observa en la tabla 26

TABLA 26: RESUMEN DE COSTOS DE ADMINISTRACION

RUBRO	COSTO
Mano de obra	3,6925.00
Servicios básicos	1682.00
Alquiler de local	3,000.00
Papelería	1,044.60
Depreciación	147.98
TOTAL	42,799.58

En la tabla 27 se realiza un prorateo de la depreciación, para ello se toma en cuenta las proyecciones realizadas en el diseño

TABLA 27: PRORRATEO DE LOS COSTOS DE DEPRECIACIÓN

PAQUETES	PRORRATEO \$
Paquete 1	20,971.79
Paquete 2	14,123.86
Paquete 3	7,703.92

4. COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN

En éste deben incluir los costos relacionados con las actividades de comercialización, es decir como se harán llegar los paquetes agroturísticos al turista.

Se considerarán los siguientes rubros:

- b. Mano de obra
- c. Agua, energía eléctrica.
- d. Promoción y publicidad

- a. Mano de obra

En este rubro se consideran, los salarios del jefe de comercialización y de un promotor de turismo. El desglosé de costos se muestra a continuación:

TABLA 28: COSTOS DE PERSONAL DE COMERCIALIZACIÓN.

Nombre del Puesto (1)	No de Empleados (2)	Sueldo Mensual (3)	Salario Anual (4)	ISSS 7% (5)	AFP 6.5% (6)	Vacaciones (7)	Aguinaldo (8)	TOTAL ANUAL POR EMPLEADO (9)	TOTAL ANUAL (10)
								TOTAL (11)	

Donde:

- (1) Definir el nombre del puesto.
- (2) Establecer la cantidad de personas para este puesto.
- (3) Determinar el salario mensual para el puesto.

- (4) El salario anual se obtiene de multiplicar el literal anterior por 12.
- (5) El ISSS se obtiene de multiplicar el literal (4) por 0.07
- (6) La comisión de AFP se obtiene de multiplicar el literal (4) por 0.065
- (7) Las vacaciones se calculan en base a
- (8) El aguinaldo se calculan en base a
- (9) Se suman de los literales (4) al (8).
- (10) Para el costo total anual se multiplica el literal (2) coloca el literal anterior.
- (11) Se suman todos los totales anuales.

APLICACIÓN.

Se refiere a las dos personas involucradas en la comercialización, los salarios están puestos considerando las funciones que este realizara en el servicio. Su costo anual se define a continuación:

Nombre del Puesto	No de Empleados	Sueldo Mensual	Salario Anual	ISSS 7%	AFP 6.5%	Vacaciones	Aguinaldo	TOTAL ANUAL POR EMPLEADO	TOTAL ANUAL
Jefe de comercialización	1	350	4,200	294	273	227.5	175	5,169.50	5,169.50
Promotor Turístico	1	200	2,400	168	156	130	100	2,954.00	2,954.00
								TOTAL	8,123.50

b. Teléfono

Considerando la cuota fija vigente mas un promedio de consumo de 300 minutos de impulso a un costo de promedio \$0.25²⁵ (IVA incluido), se tiene un gasto mensual aproximado de \$25 mensuales y \$300.00 anual.

²⁵ promedio entre la tarifa reducida local y la tarifa plena nacional.

RUBRO	UNIDAD	CANTIDAD REQUERIDA	PRECIO UNITARIO	2006	
				MENSUAL	ANUAL
Teléfono	Min	79	0.25	19.75	237.00
Total				19.75	237.00

c. Promoción y publicidad.

Este rubro considera el costo de promoción del servicio: para lo cual se consideran las estrategias planteadas en el sistema de comercialización, estas se realizaran de la siguiente manera:

- ✓ La asociación realizara promoción, a través de catálogos donde se presentarán los diferentes productos turísticos.
- ✓ También se pretende tener espacios en revistas turísticas especializadas para lo cual se tendrá que pagar el diseño del espacio y el costo del espacio en dicha revista.
- ✓ Se proporcionará llaveros y camisetas a los visitantes que compren paquetes agroturísticos para que estos se lleven un recuerdo de la asociación y a la vez se realizara promoción.

RUBROS	COSTOS \$
Guía Turística ²⁶	
Diseño	\$200.00
Costo del espacio	\$900.00
SUBTOTAL	\$1000.00
Catalogo ²⁷	
Diseño	\$571.44
Tiraje de 1000 ejemplares	\$1,028.58
SUBTOTAL	\$ 1600.02
Llaveros, camisetas	\$ 30,425.10
TOTAL	\$33,025.12

²⁶ Yuri Montalvo. Director técnico de LEMUS SIMUN JOHN&RUBICAM

²⁷ Yuri Montalvo. Director técnico de LEMUS SIMUN JOHN&RUBICAM

RESUMEN DE COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN.

En la tabla 29 se presenta el resumen de todos los costos a realizar en la comercialización del producto agroturístico:

TABLA 29: RESUMEN DE COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN

RUBRO	COSTO \$
Mano de obra	8,123.50
Teléfono	300.00
Promoción y publicidad	33,025.12
TOTAL	\$41,448.62

En cuadro siguiente se presenta el prorrateo de los costos de comercialización para ello se toma en cuenta las proyecciones realizadas en el diseño

RUBRO	COSTO (\$)
Paquete 1	20,309.82
Paquete 2	13,678.04
Paquete 3	7,460.75

A continuación se presenta el resumen de costos totales para las ventas de productos agroturísticos anuales

RUBRO	COSTO (\$)
C P S 1	67,375.55
C P S 2	99,960.30
C P S 3	84,297.39
COSTO DE ADMINISTRACION	42,799.58
COSTO DE COMERCIALIZACION	41,448.62
COSTO FINANCIERO	9,840.09
TOTAL	341,203.91

CPS Costo de prestación de los servicios

5. COSTO TOTAL Y COSTO UNITARIO.

Una vez totalizados los rubros, se procede a dividirlos entre la cantidad de paquetes vendidos anualmente. El costo unitario se obtendrá mediante el costeo tradicional, por medio de la siguiente formula:

$$Cu = \frac{\text{Costos de Producción del servicio} + \text{Costos de Administración} + \text{costo de comercialización} + \text{costo de financiamiento}}{\text{No. de Paquetes}}$$

No. de Paquetes

Quedando los costos de la siguiente manera para cada uno de los paquetes:

Cu1 = 113,478.81 / 6,639 = 17.09 (Costo del paquete 1)

Cu2 = 131,009.44 / 4,471 = 29.30 (Costo del paquete 2)

Cu3 = 101,233.28 / 2,439 = 41.51 (Costo del paquete 3)

6. DETERMINACIÓN DEL PRECIO VENTA

Una vez conociendo el costo unitario del paquete agroturístico, se procede a establecer el precio de venta del mismo, tomando en cuenta los siguientes factores:

1. *El mercado consumidor.* Para analizar el comportamiento del mercado consumidor, se retomará del diagnóstico los datos obtenidos de un estudio realizado por la OMT referente al turismo rural (VER ANEXO 3), cuyos elementos principales son similares al modelo agroturístico desarrollado. En el cual se determina que los niveles de precios de servicios completos²⁸ por un día es de \$20.30 en promedio y por noche completa en promedio es de \$29.60
2. *El mercado competidor.* El agroturismo debe competir con otras modalidades turísticas, que llevan años posicionadas en el mercado, como por ejemplo: Turismo de Playa,

²⁸ Todo incluido: Alimentación, Alojamiento y Actividades Principales

Balnearios, Lagos, Parques naturales; cuyo precio oscila entre los \$15.00 a \$25.00 con todo incluido (alimentación, alojamiento, transporte y pago del turicentro) por día y por noche entre los \$20.00 y 40.00²⁹.

3. *Estructura de costo y margen de utilidad del producto.* El margen de utilidad que se obtendrá, tomando en cuenta el costo unitario del producto es del 85% de ganancia sobre el costo del producto agroturístico, lo cual nos asegura un margen que nos retorne sus costos fijos en un periodo aceptable.

De lo anterior deducimos que un precio de venta de de los productos turísticos que se presentan en la tabla 30, sería el precio mas adecuado, ya que se lograría obtener aceptación por parte de los consumidores y obtener las ganancias requeridas.

TABLA 30: PRECIO DE VENTA

PAQUETE	Costo Unitario Total (\$)	Utilidad 40%	Precio de Venta (\$)
1	17.09	8.55	23.93
2	29.30	11.72	41.02
3	41.51	16.60	58.11

Para el modelo se ha establecido una utilidad del 40% sobre la base de dos criterios:

1. Si consideramos que existirán intermediarios en la comercialización y venta de paquetes agroturísticos, ya que debemos mantener los niveles de precios en el mercado garantizando siempre una utilidad para la asociación y para los intermediarios, por ejemplo, para una promotora de turismo será necesario darle un precio preferencial de \$20.00 el paquete 1, reduciendo la utilidad de la asociación en \$3.93 por paquete, traduciéndose en costo de promoción de los paquete y la asociación. Con una reducción del 18% en la utilidad del paquete 1 se garantiza que los precios de venta se mantengan competitivos.

²⁹ Datos obtenidos según indagación CORSATUR, CASATUR E ISTU

2. Se deben tener utilidades tanto para el funcionamiento normal de la asociación, como para los asociados; es decir al final de cada año se deben repartir las utilidades generadas por la venta de los diferentes paquetes como se muestra a continuación:

No de Paquetes		Precio de Venta	Total	Utilidad en \$ (40%)	Utilidad Asociación (15%)	Utilidad Asociados (25%)
1	2,983	23.93	69,229.49	27,691.80	4,153.77	23,538.03
2	1,440	41.02	59,068.80	23,627.52	3,544.13	20,083.39
3	613	58.11	35,621.43	14,248.57	2,137.29	12,111.29
				65,567.89	9,835.18	55,732.70

Por lo que los asociados recibirán utilidades equitativas de los \$ 55,732.70; para el caso del modelo que considera 68 asociados recibirán \$819.60 a parte de la utilidad que obtiene por proporcionar sus servicios.

7. PUNTO DE EQUILIBRIO

El Punto de Equilibrio de una empresa representa el volumen de producción y ventas que equilibran los costos y gastos necesarios para la producción y distribución de dicho volumen, es decir el Punto de Equilibrio es el punto donde no se obtienen pérdidas ni ganancias, de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generara utilidades, pero también un decremento en los volúmenes de venta generará pérdidas.

Para la determinación del Punto de Equilibrio se deben conocer los costos Fijos y Costos Variables de la empresa; entendiendo por Costos Variables aquellos que están directamente relacionados con la manufactura de un producto y que varían con el nivel de producción, y por Costos Fijos son los que están directamente con la producción y que permanecen constantes para un rango relevante de actividad productiva.

Nivel Mínimo de Unidades a Vender $\frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio de Venta Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}}$.

Precio de Venta Unitario – Costo Variable Unitario

8. RESUMEN COSTOS

En la tabla 30 se presenta un resumen de todos los costos en que se incurren de acuerdo a cada paquete tomado en cuenta

TABLA 30: RESUMEN DE COSTOS

Concepto	Costo anual \$			Tipo de costo	
	Paq1	Paq2	Paq3	Fijo	Variable
Producción de servicios	56,157.73	92,405.44	80,176.56		*
Costo de comercialización	20,309.82	13,678.04	7,460.75		*
TOTAL VARIABLES	\$76,467.55	\$106,083.48	\$87,637.31		
Costo de desarrollo del producto	11,217.82	7,554.86	4,120.83	*	
Costos de administración	20971.79	14123.86	7703.92	*	
Costo financiero	4821.64	3247.23	1771.22	*	
TOTAL FIJOS	\$37,011.25	\$24,925.95	\$13,595.97		

9. COSTO VARIABLE UNITARIO

Para obtener los costos variables unitarios será necesario encontrar los costos variables totales, considerando aquellos como ya se mencionó anteriormente son aquellos costos que varían en su total en proporción directa a los cambios en el volumen y cuyo costo unitario permanece constante dentro del rango relevante.

Es decir el costo variable unitario es igual a:

$$\text{CVU paquete n} = \frac{\text{Costos Variables o directos totales/año}}{\text{Número de paquetes n en el año}} \quad (\text{ecuación 1})$$

$$\text{Nivel mínimo de paquetes a vender} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio de Ventas} - \text{Costos Variable Unitario}} \quad (\text{ecuación 2})$$

APLICACIÓN

✓ PAQUETE 1

1. Sustituyendo en la formula los costos fijos totales de **\$37,011.25**, los costos Variables totales de **\$76,467.55**, el numero de paquetes a vender en el primer año = 6,639 paquetes/año y el precio de venta de \$ **23.93**. Se determina el costo variable unitario utilizando la ecuación **1:

$$\text{CVU paquete 1} = \frac{\$76,467.55}{6,639} = \mathbf{\$ 11.52}$$

2. Luego este valor se sustituye en la ecuación **2 para determinar el nivel mínimo de paquetes a vender.

$$\text{Nivel mínimo de paquetes a vender} = \frac{\$37,011.25}{\$ 23.93 - \$11.52}$$

$$\text{Nivel mínimo de paquete 1 a vender} = \mathbf{2,983 \text{ paquetes}}$$

✓ PAQUETE 2

1. Sustituyendo en la formula los costos fijos totales de \$24,925.95, los costos Variables totales de \$106,083.48, el numero de paquetes a vender en el primer año = 4,471 paquetes/año y el precio de venta de \$ 41.02. Se determina el costo variable unitario utilizando la ecuación 1:

$$\text{CVU} = \frac{\$106,083.48}{4,471} = \mathbf{\$ 23.71}$$

2. Luego este valor se sustituye en la ecuación 2 para determinar el nivel mínimo de paquetes a vender.

$$\text{Nivel mínimo de Paquetes a vender} = \frac{\$24,925.95}{\$ 41.02 - \$23.71}$$

$$\text{Nivel mínimo de paquetes 2 a vender} = \mathbf{1,440 \text{ paquetes}}$$

✓ **PAQUETE 3**

1. Sustituyendo en la formula los costos fijos totales de **\$13,595.97**, los costos Variables totales de **\$87,637.31**, el numero de paquetes a vender en el primer año = 2,439 paquetes/año y el precio de venta de **\$ 58.11**. Se determina el costo variable unitario utilizando la ecuación 1:

$$CVU = \frac{\$87,637.31}{2,439} = \mathbf{\$ 35.93}$$

2. Luego este valor se sustituye en la ecuación 2 para determinar el nivel mínimo de paquetes a vender.

$$\text{Nivel mínimo de unidades a vender} = \frac{\$13,595.57}{\$ 58.11 - \$35.93}$$

Nivel mínimo de paquete 3 a vender = **613 paquetes**

Esto significa que se deben vender los paquetes como se muestra en la tabla 31 siguiente:

TABLA 31: RESUMEN DE NIVEL MÍNIMO DE VENTAS

PAQUETE	NIVEL MÍNIMO DE VENTAS
1	2,983
2	1,440
3	613

Este número de paquetes a vender es para recuperar los costos fijos en que la asociación ha incurrido. Lo ideal es que venda más de esta cantidad para obtener ganancias o utilidades, puesto que a este nivel las ganancias son cero.

Multiplicando el nivel mínimo de ventas por el precio de venta del momento, nos da el nivel mínimo de venta en dólares, que necesita la asociación para no perder ni ganar talñ como se muestra en la tabla 32.

TABLA 32: NIVELES MÍNIMOS DE VENTAS

PAQUETE	NIVEL MÍNIMO DE VENTAS	PRECIO DE VENTA (\$)	TOTAL EN DÓLARES
1	2,983	23.93	71,383.19
2	1,440	41.02	59,068.80
3	613	58.11	35,621.43

A continuación se hace una comparación entre ingresos acumulados costos fijos acumulados para poder apreciar en que momento se podran tener ingresos que permitan que se puedan trabajar con ellos para continuar las operaciones:

	INGRESOS							
		PAX1	PAX2	PAX3	TOTAL	INGRESO ACUMULADO	COSTOS FIJOS	UTILIDAD
Enero	406	1904.25	2198.34	1698.67	5801.27	5801.27	11626.83	-5825.56
Febrero	813	3813.2	4402.1	3401.53	11616.83	17418.1	23253.66	-5835.56
Marzo	2032	9530.65	11002.55	8501.73	29034.92	29994.66	34880.49	-4885.83
Abril	1355	6355.33	7336.84	5669.21	19361.38	65814.4	46507.32	19307.08
Mayo	542	2542.13	2934.73	2267.68	7744.55	73558.95	58134.15	15424.8
Junio	677	3175.32	3665.71	2832.51	9673.54	83232.49	69760.98	13471.51
Julio	677	3175.32	3665.71	2832.51	9673.54	92906.04	81387.81	11518.23
Agosto	2032	9530.65	11002.55	8501.73	29034.92	121940.96	93014.64	28926.32
Septiembre	677	3175.32	3665.71	2832.51	9673.54	131614.51	104641.47	26973.04
Octubre	1084	5084.26	5869.47	4535.37	15489.1	147103.61	116268.3	30835.31
Noviembre	542	2542.13	2934.73	2267.68	7744.55	154848.16	127895.13	26953.03
Diciembre	2709	12705.97	14668.26	11334.24	38708.47	193556.63	139521.96	54034.67

Como se puede apreciar a partir del cuarto mes se obtienen ingresos, por lo que a partir de ese momento la asociación puede continuar trabajando por sus propios medios, pero debido a que se esta trabajando con proyecciones y a que en las operaciones pueden haber algunos cambios en ciertas variables (disminución de las ventas, aumento de costos, etc), optamos por calcular el capital de trabajo para seis meses.

Si la asociación desea estimar las ventas que tienen que realizar de forma tal que este recupere los costos y además obtengan cierta cantidad de dinero adicional (ganancias), se puede utilizar la ecuación 3:

$$\text{Número de Paquetes a vender} = \frac{\text{Costos fijos totales} + \text{Utilidades esperadas}}{\text{Precio de venta unitario} - \text{Costo Variable unitario}} \quad (\text{ecuación 3})$$

Para obtener utilidades

Aplicando la ecuación 3 a cada uno de los paquetes y esperando tener una utilidad de \$15,000.00 se tienen lo siguiente cálculos:

✓ **PAQUETE 1**

$$\begin{aligned} \text{Número de paquete a vender} &= \frac{\$ 37,011.25 + \$ 15,000}{\$ 23.93 - \$ 11.52} = 4192 \text{ paquetes} \\ \text{Para obtener utilidades} & \end{aligned}$$

✓ **PAQUETE 2**

$$\begin{aligned} \text{Número de paquete 2 a vender} &= \frac{\$ 24,925.95 + \$ 15,000}{\$ 41.02 - \$ 23.71} = 2,307 \text{ Paquetes} \\ \text{Para obtener utilidades} & \end{aligned}$$

✓ **PAQUETE 3**

$$\begin{aligned} \text{Número de unidades a vender} &= \frac{\$ 13,595.97 + \$ 15,000}{\$ 58.11 - \$ 35.93} = 1,290 \text{ Paquetes} \\ \text{Para obtener utilidades} & \end{aligned}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO

El Punto de Equilibrio en Unidades se obtiene de la ecuación 4 donde se divide el Total de Costos Fijos entre el Margen de contribución Unitario. Y el punto de Equilibrio en dinero se obtiene, multiplicando el precio del producto por el punto de equilibrio en unidades.

$$\text{Punto de equilibrio} = \text{Costos Fijos} / \text{Margen de Contribución} \quad (\text{ecuación 4})$$

El Margen de contribución se obtiene, de restar del Precio de Venta de producto o servicio el Costo Variable Unitario, éste será de utilidad para Obtener el Margen de Contribución total, obteniéndose del producto del volumen de ventas por el Margen de Contribución Unitario tal como se muestra en la ecuación 5.

Margen de contribución unitario = $P - C.V.U.$ (ecuación 5)

Donde:

P = precio de venta

C.V.U.= costo variable unitario

APLICACIÓN.

A continuación se presenta de los cálculos para obtener los puntos de equilibrios para cada uno de los paquetes del modelo, evaluando primero en la ecuación 5 y este dato se sustituye en la ecuación 4:

✓ PAQUETE 1

M. de Contribución Unitario Paquete 1 = $\$ 23.93 - \$11.52 = \$ 12.41$

Pe= $37,011.25/12.41 = 2,983$ paquetes 1

Pe = $2,983 \times 23.93 = \$ 71,383.19$

✓ PAQUETE 2

M. de Contribución Unitario Paquete 2 = $\$ 41.02 - \$23.71 = \$ 17.31$

Pe= $24,925.95/17.31 = 1,440$ paquetes 2

Pe = $1,440 \times 41.02 = \$ 59,068.80$

✓ PAQUETE 3

M. de Contribución Unitario Paquete 3 = $\$ 58.11 - \$ 35.93 = \$ 22.18$

Pe= $13,595.97/22.18 = 613$ paquetes 3

Pe = $613 \times 58.11 = \$ 35,621.43$

10. MARGEN DE SEGURIDAD

Este otro concepto también es importante para los intereses de los asociados, ya que el margen de seguridad con relación al nivel mínimo de ventas, representa el número de paquetes en que se pueden disminuir las ventas planeadas sin que la asociación reporte pérdida, la ecuación *6 representa el calculo del margen de seguridad:

$$\text{Margen de seguridad (\%)} = \frac{\text{Ventas esperadas} - \text{Ventas en equilibrio}}{\text{Ventas esperadas}} \times 100 \text{ (ecuación *6)}$$

$$\text{Margen de seguridad (unidades)} = \text{Margen de seguridad (\%)} \times \text{ventas esperadas (ecuación *7)}$$

Evaluando en la ecuación *6 y *7 para cada uno de los paquetes se tiene:

✓ PAQUETE 1

$$\text{Margen de seguridad (\%)} = \frac{\$ 158,871.27 - \$ 71,383.19}{\$ 158,871.27} \times 100 = \mathbf{55 \%}$$

✓ PAQUETE 2

$$\text{Margen de seguridad (\%)} = \frac{\$183,400.42 - \$59,068.80}{\$183,400.42} \times 100 = \mathbf{68 \%}$$

✓ PAQUETE 3

$$\text{Margen de seguridad (\%)} = \frac{\$141,730.29 - \$35,621.43}{\$141,730.29} \times 100 = \mathbf{75 \%}$$

De los resultados obtenidos de este apartado se tiene que la asociación necesita vender como mínimo del paquete 1 la cantidad de 2,983; del paquete 2, la cantidad de 1,440 y del paquete 3 la cantidad de 613 para recuperar sus costos fijos sin incurrir en pérdidas. El margen de seguridad para cada uno de los paquetes con respecto a las ventas que se esperan realizar en el primer año pueden variar en un 55% para el paquete 1; 68% para el paquete 2

y 75% para el paquete 3, es decir que las ventas esperadas pueden disminuir en esos porcentajes sin incurrir en pérdidas.

C. PRESUPUESTOS DE INGRESOS Y GASTOS

1. Ingresos por ventas.

El ingreso por ventas será generado por la venta de los paquetes agroturísticos tal como se muestran en la tabla 33.

TABLA 33: INGRESOS POR VENTAS.

RUBRO	PROYECCIÓN DE AÑOS				
	2006	2007	2008	2009	2010
Paquete 1	158860	165837	172813.37	179778.43	186755
Paquete 2	183394	191448	199502.41	207543.15	215597
Paquete 3	141709	147933	154156.53	160369.65	166593
TOTAL DE INGRESOS (\$)	483963.01	505217.66	526472.31	547691.24	568945.89

2. Proyección de costos.

Para la proyección de costos, se hará uso de la tasa de inflación que el Banco Central de Reserva de El Salvador pone a disposición del público a través de su pagina WEB, que es de 4.3% Anual. Haremos proyecciones para cinco años y estas se harán para cada uno de los costos que conllevan la prestación del servicio de manera global sin entrar en detalle al costo de los paquetes que ofrecerá la asociación ya que en los estados financieros pro forma, son precisamente esos datos los que se utilizan.

TABLA 34: PROYECCIÓN DE COSTOS.

RUBRO	2006	2007	2008	2009	2010
Costo de producción del servicio	251,633.24	272,949.61*	284,454.87*	295,986.68*	307,582.15*
Costo de administración	42,799.58	44,639.96	46,559.48	48,561.54	50,649.68
Costo de comercialización	41,448.62	43,230.91	45,089.84	47,028.70	49,050.94
Costos financieros	9,840.09**	8,291.16**	6,556.37**	4,613.39**	2,437.26**

* En este caso se utilizaron las proyecciones de ventas de los paquetes agroturísticos y la tasa de inflación.

** Los costos financieros están dados por los intereses que se tienen que pagar los cuales se detallan en la parte de financiamiento.

D. ESTADOS FINANCIEROS PRO FORMAS

1. Estado de Resultados Pro forma

Los estados financieros pro forma (estados financieros futuros) se han proyectado para un periodo de 5 años; del 2006 al 2010.

a. Estado de resultado

El estado de resultado es el medio financiero por medio del cual se presenta la situación de toda la empresa con respecto a las utilidades obtenidas y los flujos de efectivos netos durante un periodo de tiempo.

Una vez determinados todos los ingresos y egresos de la asociación se procede a establecer una estimación de los mismos en el futuro mediante el estado de resultados pro forma, los cuales darán las primeras informaciones referentes a la factibilidad económica de crear la asociación prestadora de servicios agroturísticos. El termino pro forma significa “proyectado”, lo que en realidad se hace proyectar (normalmente cinco años³⁰) los resultados económicos que se calcula que tendrá la empresa en un periodo determinado. La finalidad del estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias es calcular la utilidad

³⁰ EVALUACIÓN DE PROYECTO. Gabriel Vaca Urbina

neta de la empresa, y que se puede obtener restando a los ingresos todos los costos en que incurra la asociación y los impuestos que debe de pagar.

Por otro lado, la importancia de calcular el estado de resultados es la posibilidad de determinar los flujos netos de efectivo, que son las cantidades que se usan en la evaluación económica. Mientras mayores sean los flujos netos de efectivo, mejor será la rentabilidad económica de la asociación.

Para el modelo de asociación, se estima el estado de resultados para un periodo de cinco años (ver tabla 35), considerando que en el ambiente agroturístico influyen una serie de variables de tipo micro y macroeconómicas, las cuales predecirlas es arriesgado. Por dicha razón se presenta el estado de resultados proyectados para los próximos cinco años, tomando como supuesto que en este periodo no se darán cambios extremos en las variables. De acuerdo a ello se tiene:

TABLA 35: ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

Aso
AGROTUR



ASOCIACIÓN PRESTADORA DE SERVICIO AGROTURISTICO.

ESTADO DE RESULTADOS PRO FORMA.

Al 31 de diciembre de cada año.

(en dolares).

	RUBRO	2006	2007	2008	2009	2010
+	Ingresos por ventas de paquetes	483963.01	505217.66	526472.31	547691.24	568945.89
-	Costo de producción del servicio	251,633.24	272,949.61	284454.8734	295986.6794	307582.1452
=	Utilidad marginal	232,329.77	232,268.05	242,017.44	251,704.56	261,363.74
-	Costo de administración	42,799.58	44,639.96	46,559.45	48,561.51	50,649.66
-	Costo de comercialización	41,448.62	43,230.91	45,089.84	47,028.69	49,050.92
-	Costo financiero	9,840.09	8,291.16	6,556.37	4,613.39	2,437.26
=	Utilidad bruta	138,241.48	136,106.02	143,811.78	151,500.97	159,225.90
-	I.S.R. (25%)	34,560.37	45,073.61	47,410.45	49,630.13	51,750.91
=	Utilidad o perdida Neta	103,681.11	91,032.41	96,401.33	101,870.84	107,475.00

Todas las cantidades están en dólares americanos.

b. Flujo de Efectivo

Aso
AGROTUR



ASOCIACIÓN PRESTADORA DE SERVICIO AGROTURISTICO.

ESTADO DE RESULTADOS PRO FORMA.

Al 31 de diciembre de cada año.

(en dólares).

	RUBRO	2006	2007	2008	2009	2010
+	Ingresos por ventas de paquetes	483963.01	505217.66	526472.31	547691.24	568945.89
-	Costo de producción del servicio	251,633.24	272,949.61	284454.8734	295986.6794	307582.1452
=	Utilidad marginal	232,329.77	232,268.05	242,017.44	251,704.56	261,363.74
-	Costo de administración	42,799.58	44,639.96	46,559.45	48,561.51	50,649.66
-	Costo de comercialización	41,448.62	43,230.91	45,089.84	47,028.69	49,050.92
-	Costo financiero	9,840.09	8,291.16	6,556.37	4,613.39	2,437.26
=	Utilidad bruta	138,241.48	136,106.02	143,811.78	151,500.97	159,225.90
-	I.S.R. (25%)	34,560.37	45,073.61	47,410.45	49,630.13	51,750.91
=	Utilidad o perdida Neta	103,681.11	91,032.41	96,401.33	101,870.84	107,475.00
-	Depreciación	147.98	154.34	160.98	167.9	175.12
-	Pago a capital	12,907.71	14,456.64	16,191.43	18,134.41	20,310.54
=	Flujo de efectivo	90,625.42	76,421.43	80,048.92	83,568.53	86,989.34

2. BALANCE GENERAL INICIAL Y PROFORMA.

Los balances están compuestos por tres grandes rubros, activos, pasivo y capital:

Activos: para una empresa, significa cualquier pertenencia tangible.

Pasivo: significa cualquier tipo de obligación o deuda que se tenga con terceros.

Capital: significa los activos, representados en dinero o títulos, que son propiedad de los dueños directos de la asociación.

Cuando se realiza el análisis económico de una empresa y se debe presentar un balance general, se recomienda solo referirse al balance general inicial, es decir, se puede presentar un balance a lo largo de cada uno de los años considerados en el estudio, pero debido a que cuando una empresa empieza a generar ganancias, no se sabe con certeza el destino de las mismas, se puede decidir en la práctica distribuir en la mayoría de las unidades, reinvertidas en el mismo negocio o invertir en cualquier otra alternativa.

Los balances tienen como objetivo principal, determinar anualmente cual se considera que es el valor real de la empresa en ese momento, también es importante por los siguientes razones:

- ✓ Este registro le permitirá a los empleados conocer la situación financiera de su empresa en una fecha determinada. Les mostrará en forma clara y detallada el valor de cada una de las propiedades y obligaciones que tienen así como el capital que posee.
- ✓ Le servirá para presentarlo a las instituciones financieras para que estas evalúen y concedan créditos.

Partes del balance general están comprendidas de la siguiente manera:

- ✓ *Encabezado:* contiene nombre de la empresa, luego el término “BALANCE GENERAL” y el periodo que comprende el mismo.
- ✓ *Cuerpo del balance:* se anotan en primer término el nombre y el valor de cada una de las cuentas que forman parte del activo. Este presenta todos los bienes y derechos que son propiedad de la empresa, es decir, sus posesiones.

Luego se anotaran el nombre y valor de cada una de las cuentas del pasivo. Se entiende por pasivo, todas las obligaciones y deudas a cargo de la empresa. Finalmente se coloca el valor del capital contable, el cual es la diferencia entre el activo y el pasivo. Por tratarse de un modelo de empresa para una asociación de personas, el capital contable se le conoce como capital social, o sea, el importe que se han de comprender a aportar las personas que constituyan la sociedad.

- ✓ *Firma:* una vez elaborado el balance general, se colocan las firmas de la personas que lo realizo y la del propietario de la empresa, en el modelo la fiema es la del gerente de la empresa.

A continuación se presenta el balance general inicial de la asociación prestadora de servicios agroturísticos, luego le sigue el balance pro forma para el primer año de operación, el que será utilizado para analizar posteriormente las razones financieras de la misma.



**ASOCIACIÓN PRESTADORA DE SERVICIO AGROTURISTICO.
BALANCE GENERAL INICIAL.**

(en dólares).



ACTIVOS		
ACTIVO CIRCULANTE		
Caja y banco	\$	69,760.96
TOTAL CIRCULANTE	\$	69,760.96
ACTIVOS FIJO		
Mobiliario y equipo de oficina	\$	7,957.39
TOTAL FIJO Y CIRCULANTE	\$	77,718.35
ACTIVO DIFERIDO		
Administración del proyecto	\$	11,124.14

Gastos de Organización Legal	\$	500.00
Imprevistos	\$	1,769.43
TOTAL DIFERIDO	\$	13,393.57
TOTAL ACTIVOS	\$	91,111.92

PASIVOS Y PATRIMONIO		
PASIVOS CIRCULANTES		
Préstamo bancario	\$	82,000.73
TOTAL CIRCULANTE	\$	82,000.73

PATRIMONIO		
Capital social	\$	9,111.19
Total patrimonio	\$	9,111.19
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$	91,111.92

ASOCIACIÓN PRESTADORA DE SERVICIO AGROTURISTICO.

BALANCE GENERAL INICIAL.

Al 31 de diciembre

(en dólares).



ACTIVOS		
ACTIVO CIRCULANTE		
Caja y banco	\$	90,625.42
TOTAL CIRCULANTE	\$	90,625.42
ACTIVOS FIJO		
Mobiliario y equipo de oficina	\$	7,957.39
TOTAL FIJO Y CIRCULANTE	\$	98,582.81

ACTIVO DIFERIDO		
Administración del proyecto	\$	11,124.14
Gastos de Organización Legal	\$	500.00
Imprevistos	\$	1,769.43
TOTAL DIFERIDO	\$	13,393.57
TOTAL ACTIVOS	\$	111,976.38

PASIVOS Y PATRIMONIO		
PASIVOS CIRCULANTES		
Préstamo bancario	\$	69,093.02
TOTAL CIRCULANTE	\$	69,093.02

PATRIMONIO		
Capital social	\$	42,883.36
Total patrimonio	\$	42,883.36
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$	111,976.38

3. Reparticiones de utilidades de los asociados

Considerando una cantidad de 67 asociados con una aportación igual a \$136.00, estableciendo un capital social de \$9,111.92

Basándose en el flujo neto de efectivo para el primer año que es igual a: **\$90,625.42**, a la asociación le corresponde un monto \$ 45312.71 que es la mitad y los socios se repartirán según su aportación un monto similar. Para el caso suponemos que los socios hacen aportaciones iguales recibirán en concepto de utilidades la cantidad de: \$676.00 en un año.

CAPITULO V:

EVALUACIONES DEL MODELO

A. EVALUACIÓN ECONÓMICA

La evaluación económica constituye la parte final en la secuencia del análisis de factibilidad de todo proyecto, esta evaluación tiene como finalidad determinar la rentabilidad del modelo de asociación. Cuando nos referimos a términos económicos en una evaluación desde el punto de vista de los propietarios del proyecto se trata de medir con anticipación su rentabilidad en el tiempo, si es que existe o no, y así tomar la decisión de inversión.

Con el propósito de evaluar económicamente el modelo definiremos a continuación los métodos de evaluación a utilizar para analizar la aplicabilidad de estas directamente en el modelo de sistema agroturístico, en donde se toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo.

1. Tasa mínima de rendimiento (TMAR)

Como su nombre lo indica es la mínima cantidad de rendimiento que el inversionista estaría dispuesto a recibir por arriesgarse a colocar en un proyecto dado su dinero.

Debe ser calculada considerando la tasa de inflación existente en el país, ya que al tomarla como parámetro se asegura que el capital invertido no perderá su valor adquisitivo; y además se debe considerar un premio al riesgo por invertir en el proyecto.

La ecuación 6 para calcular la TMAR del inversionista es la siguiente:

$$\text{TMAR} = I + R + (I \times R) \text{ (ecuación 6)}$$

Donde:

I: Tasa de Inflación vigente en el país = 4.3%³¹

R: Premio al Riesgo = 8.32 %³²

³¹ Cámara de Comercio e Industria de El Salvador, www.camara@camarasal.com

³² Banco Central de Reserva de El Salvador. www.bcr.gob.sv

APLICACIÓN.

Para determinar la TMAR del inversionista para el presente modelo se considera en la ecuación 6 donde la tasa de inflación vigente en el año 2005, siendo de 4.3% y para la asignación de premio al riesgo se considera la tasa de interés promedio ponderado mensual de los bancos hasta Julio de 2005 con un valor de 8.32%

$$\text{TMAR} = 4.3 \% + 8.32 + (4.3\% \times 8.32\%) \text{ (Ecuación 7)}$$

$$\text{TMAR} = 12.98\%$$

La TMAR del banco corresponde al 12.39%.

Para calcular la TMAR ponderada que representa el rendimiento generado por el capital propio y la deuda adquirida, se parte del porcentaje de aportación de cada uno de ellos, el corresponde a un 10% y 90% respectivamente. Por lo que la tasa mínima atractiva ponderada es la siguiente:

Capital propio:	$0.1 * 0.15 =$	0.015	\Rightarrow	1.5%
Deuda:	$0.9 * 0.1239 =$	0.1115	\Rightarrow	11.15%
		TMAR	\Rightarrow	12.65%

2. Valor actual neto (van)

El Valor Actual Neto se define como la diferencia entre el valor actualizado de los flujos del beneficio y valor, también actualizado, de las inversiones y otros egresos en efectivo.

La tasa que se utiliza para descontar los flujos de fondos, es la rentabilidad mínima aceptable (TMAR), por debajo de la cual la inversión no debe de llevarse acabo.

El análisis de la VAN o Valor Presente, da como criterio de decisión una comparación entre todos los ingresos y gastos que se han tenido a través del período de análisis, los traslada el año

de inicio del proyecto (año cero) y los compara con la inversión inicial del proyecto, siendo el criterio de decisión el siguiente:

- ♦ Si el valor presente de los Ingresos y Gastos anuales es mayor que cero, entonces se acepta el proyecto.
- ♦ Si el Valor Presente de los Ingresos y Gastos anuales es menor que cero, entonces se rechaza el proyecto.

Para el cálculo del VAN se utiliza la siguiente ecuación 8:

$$VAN = \frac{FNE_1}{(1+I)^1} + \frac{FNE_2}{(1+I)^2} + \dots + \frac{FNE_n}{(1+I)^n} - P \text{ (ecuación 8)}$$

Donde:

P = Inversión Inicial

FNE1 = Flujo neto de efectivo en el año 1

FNE2 = Flujo neto de efectivo en el año 2

FNE_n = Flujo neto de efectivo en el año n

I = Tasa mínima atractiva de rendimiento (TMAR)

Considerando el flujo de efectivo en el estado de resultados pro forma y tomando en cuenta la Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento de 12.98% se tiene que el Valor Actual Neto es de \$ 203,026.11

De lo anterior se tiene que el Valor Presente del Flujo neto efectivo durante el período de análisis es mucho mayor que cero, por lo que el proyecto resulta sumamente factible, lo que significa que si la inversión es realizada se tendría una ganancia neta en el presente de \$ 203,026.11

3. Tasa interna de retorno (TIR)

Es un instrumento de evaluación del rendimiento de la inversión, determinada en base a sus flujos netos de efectivo. Es la tasa de descuento que hace al VAN igual a cero, igualando la suma de sus flujos descontados a la inversión inicial, es decir que las entradas de fondos actuales sean iguales al valor actual de las salidas.

El criterio de decisión sobre la aceptación o rechazo de un proyecto a través del método de la Tasa Interna de Retorno, es el siguiente:

Si $TIR \geq TMAR$ el proyecto se acepta

Si $TIR < TMAR$ el proyecto se rechaza

Para el cálculo de la TIR se tiene la siguiente ecuación 9:

$$P = \frac{FNE_1}{(1+I)^1} + \frac{FNE_2}{(1+I)^2} + \dots + \frac{FNE_n}{(1+I)^n} \quad (\text{ecuación 9})$$

Donde:

P = Inversión Inicial

FNE1 = Flujo neto de efectivo en el año 1

FNE2 = Flujo neto de efectivo en el año 2

FNE_n = Flujo neto de efectivo en el año n

I = Tasa Interno de Retorno

Considerando la inversión inicial para la empresa de **\$91,111.22**, la Tasa Interna de Retorno corresponde al valor de **89.27 %** y en base a los criterios de decisión se tiene que la TIR calculada es mayor que TMAR (**12.98%**) por lo que se concluye que el proyecto es factible desde el punto de vista económico.

4. Tiempo de recuperación de la inversión

Para obtener el tiempo de recuperación de la inversión (TRI) se determina a través de la ecuación 11 con un interés igual a cero:

$$\text{TRI} = \text{Inversión} / \text{Utilidad Promedio (ecuación 11)}$$

$$\text{TRI} = 91,111.22 / 83,530.73^* = 1.09$$

$$\text{Años} = 1.09$$

$$\text{Días} = 0.73 \times 365 = 398.12 \approx \mathbf{399 \text{ días}}$$

$$\mathbf{\text{TRI} = 160 \text{ días} \equiv 13.27 \text{ meses}}$$

* La utilidad promedio se obtiene de la tabla de Estado de Resultado para los 5 años para los cuales se hace el análisis.

Se tiene que el Tiempo de Recuperación de la Inversión es = 13.27 meses, o es decir, si se utilizaran todos los recursos para recuperar la inversión se necesitarían 13.27 meses.

5. Análisis beneficio costo

Esta razón indica la rentabilidad del proyecto en términos de la relación de cobertura existente entre los ingresos y los egresos. El cálculo de la relación Beneficio / costo (ecuación 12) es otra forma de determinar si la TMAR es alcanzada, esta razón se obtienen dividiendo los ingresos

actualizados entre los egresos actualizados, luego este resultado se evalúa bajo las siguientes consideraciones:

Si $B/C > 1$, el proyecto es aceptado

Si $B/C = 1$, el proyecto es aceptado

Si $B/C < 1$, el proyecto no es aceptado

$$\text{Beneficio Costo (B/C)} = \frac{\text{VAN}}{\text{INVERSIÓN INICIAL}} \quad (\text{ecuación 12})$$

$$\text{Beneficio Costo (B/C)} = \frac{\$ 203,026.11}{\$ 91,111.22}$$

$$\text{Beneficio Costo (B/C)} = \$ \mathbf{2.23}$$

El resultado indica que el beneficio costo obtenido es mayor que 1, lo que significa que los ingresos exceden a los egresos, es decir que por cada dólar que se invierta se obtendrá una utilidad de \$ 1.23.

B. EVALUACIÓN FINANCIERA

1. Razones financieras

Existen una gran variedad de razones financieras que miden rendimientos y comportamiento de inversiones sin tomar en cuenta el valor del dinero en el tiempo y tomando como insumos los datos de los Estados financieros Pro forma.

A continuación se presenta razones financieras más significativas que pueden aplicarse al proyecto:

CUADRO 50 RAZONES FINANCIERAS

RAZON	FORMULA	SIGNIFICADO
1. Razón de Apalancamiento		
Razón de deuda a activo total	$\frac{\text{Deuda total}}{\text{Activos totales}}$	El Porcentaje total de fondos proporcionados por los acreedores.
2. Razones de Actividad		
Rotación de los activos	$\frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Activos Totales}}$	Indica el aprovechamiento de los activos de la empresa.
3. Razón de Rentabilidad		
Rentabilidad sobre ventas	$\frac{\text{Utilidades Netas}}{\text{Ventas Netas}}$	Indica el porcentaje de las ventas que contribuyen a las utilidades de la empresa.

TABLA No 14

a. Resultados de las razones financieras

RAZÓN	PARÁMETRO*	CALCULO	RESULTADOS	EVALUACIÓN
1. Razón de Apalancamiento				
Razón de deuda a activo total	30%	$\frac{69,093.02}{111,976.38}$	62%	Satisfactoria
2. Razones de				

Actividad				
Rotación de los activos	> 2.0	$\frac{483,963.01}{111,976.38}$	4.32	Satisfactoria
3. Razón de Rentabilidad				
Rentabilidad sobre ventas	>5.0%	$\frac{90,625.42}{483,963.01}$	18.73%	Satisfactoria

* Parámetros considerados en la industria.

Fuente: estos parámetros fueron tomados de la interpretación de los estados financieros de ESEADE (Escuela superior de Economía y Administración de Empresas). Tomando en cuenta que en nuestro país no hay estudios que nos indique un parámetros de las razones financieras para empresas de servicio turístico; consideramos esta fuente como un buen parámetro para poder analizar las razones financieras de este proyecto.

b. Análisis de las razones financieras

Razón de apalancamiento

1. Razón de deuda a Activo total: indica que el 62% de los activos que posee la empresa se están financiando por fondos propios del banco, valiéndose de sus deudas para realizar las operaciones, el resto de los activos es resultado de la actividad de la empresa y del aporte de los socios.

Razones de Actividad

2. Rotación del Activo total: corresponde a 4.32 días lo que significa que están obteniendo 3.32 por cada dólar invertido en el proyecto.

Razón de Rentabilidad

3. Rentabilidad sobre Ventas: con respecto a la rentabilidad sobre ventas, la empresa posee un 18.73% colocándola en una buena situación de penetración en el mercado, obteniendo una utilidad neta satisfactoria en proporción a las expectativas de ventas que se tienen.

2. Análisis de sensibilidad

Se denomina análisis de sensibilidad al procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta la Tasa Interna de Retorno ante los cambios en determinadas variables.

Existen variables que están fuera del control de la empresa y sobre ellas es necesario hacer un análisis de sensibilidad; una de ellas es la demanda; una reducción en la demanda afectaría directamente los ingresos.

Para determinar el grado en que esta variable, puede afectar la rentabilidad del proyecto, se procede a realizar un análisis de sensibilidad, en el cual evaluaremos las siguientes condiciones:

1. Se reducen las ventas hasta un 30%. Un aumento significativo del turismo tradicional podría disminuir significativamente la demanda de los paquetes agroturísticos, hemos considerado hasta un máximo del 30% de reducción de las ventas. Valores mayores al 30% hacen al modelo infactible para los asociados, por lo que se debe poner especial cuidado en una disminución considerable de las ventas. Con este porcentaje se obtiene el siguiente estado de resultado.

	RUBRO	2006	2007	2008	2009	2010
+	Ingresos por ventas de paquetes	338774.107	353652.362	368530.617	383383.868	398262.123
-	Costo de producción del servicio	183,023.15	198,228.10	206,589.82	214,983.35	223,435.26
=	Utilidad marginal	155,750.96	155,424.26	161,940.80	168,400.52	174,826.86

-	Costo de administración	42,799.58	44,639.96	46,559.45	48,561.51	50,649.66
-	Costo de comercialización	41,448.62	43,230.91	45,089.84	47,028.69	49,050.92
-	Costo financiero	9,840.09	8,291.16	6,556.37	4,613.39	2,437.26
=	Utilidad bruta	61,662.67	59,262.23	63,735.14	68,196.93	72,689.02
-	I.S.R. (25%)	15415.67	14815.56	15933.79	17049.23	18172.26
=	Utilidad o perdida Neta	46,247.00	44,446.67	47,801.36	51,147.70	54,516.77
-	Depreciación	147.98	154.34	160.98	167.9	175.12
-	Pago a capital	12,907.71	14,456.64	16,191.43	18,134.41	20,310.54
=	Flujo de efectivo	33,191.31	29,835.69	31,448.95	32,845.39	34,031.11

En esas condiciones la TIR llega a un valor de 22.45 % cifra en la cual el proyecto es rentable.

2. Se aumenta el costo de los servicios en un 15%, máximo porcentaje que pueden aumentar los costos manteniendo el precio de los paquetes competitivos en relación a otras modalidades de turismo. Por lo que a valores mayores al 15 % se deben de establecer estrategias de reducción de manera que no afecten el precio de venta. Una estrategia para incrementar utilidades es hacer bajar el punto de equilibrio, es tratar de reducir los costos variables, lo cual se logra utilizando eficazmente los recursos o insumos. Al disminuir el costo variable, aumenta el margen de contribución; en cambio, si aumentan los costos variables unitarios, el margen de contribución disminuye, originando iguales consecuencias en las utilidades. Con 15% de aumento de costos se obtiene el siguiente estado de resultado.

	RUBRO	2006	2007	2008	2009	2010
+	Ingresos por ventas de paquetes	483963.01	505217.66	526472.31	547691.24	568945.89
-	Costo de producción del servicio	308,839.29	335,217.53	349,342.42	363,489.45	377,704.55
=	Utilidad marginal	175,123.72	170,000.13	177,129.89	184,201.79	191,241.34
-	Costo de administración	42,799.58	44,639.96	46,559.45	48,561.51	50,649.66

-	Costo de comercialización	41,448.62	43,230.91	45,089.84	47,028.69	49,050.92
-	Costo financiero	9,840.09	8,291.16	6,556.37	4,613.39	2,437.26
=	Utilidad bruta	81,035.43	73,838.10	78,924.23	83,998.20	89,103.50
-	I.S.R. (25%)	20258.86	18459.53	19731.06	20999.55	22275.88
=	Utilidad o perdida Neta	60,776.57	55,378.58	59,193.17	62,998.65	66,827.63
-	Depreciación	147.98	154.34	160.98	167.9	175.12
-	Pago a capital	12,907.71	14,456.64	16,191.43	18,134.41	20,310.54
=	Flujo de efectivo	47,720.88	40,767.60	42,840.76	44,696.34	46,341.97

En esas condiciones la TIR llega a un valor de 39.76 % cifra en la cual el proyecto es rentable.

3. Se disminuye el precio de venta de los paquetes en un 15%, manteniendo constante los costos. Sí consideramos que la demanda turística no se mantiene como se ha proyectado se puede disminuir los precios de los paquetes hasta un 15%, con el fin de cubrir al menos los costos fijos de la asociación cuando surjan variables externas a la asociación que no se pueden controlar. Como por ejemplo: desastres naturales, aumento del índice delictivo, aumento de las preferencias por una modalidad de turismo existente o uno alternativo. Para este porcentaje se obtiene el siguiente estado de resultado.

	RUBRO	2006	2007	2008	2009	2010
+	Ingresos por ventas de paquetes	411,370.12	429,436.64	447,503.16	465,539.31	483,605.84
-	Costo de producción del servicio	251650.14	272949.61	284454.87	295986.68	307582.15
=	Utilidad marginal	159,719.98	156,487.03	163,048.28	169,552.64	176,023.69
-	Costo de administración	42,799.58	44,639.96	46,559.45	48,561.51	50,649.66
-	Costo de comercialización	41,448.62	43,230.91	45,089.84	47,028.69	49,050.92
-	Costo financiero	9,840.09	8,291.16	6,556.37	4,613.39	2,437.26
=	Utilidad bruta	65,631.69	60,325.00	64,842.62	69,349.05	73,885.85

-	I.S.R. (25%)	16407.92	15081.25	16210.66	17337.26	18471.46
=	Utilidad o perdida Neta	49,223.77	45,243.75	48,631.97	52,011.78	55,414.39
-	Depreciación	147.98	154.34	160.98	167.9	175.12
-	Pago a capital	12,907.71	14,456.64	16,191.43	18,134.41	20,310.54
=	Flujo de efectivo	36,168.08	30,632.77	32,279.56	33,709.47	34,928.73

En esas condiciones la TIR llega a un valor de 24.57 % cifra en la cual el proyecto es rentable.

C. VALORACIÓN ECONOMICA-SOCIAL

Este criterio de valoración social para evaluar el modelo, tiene por objetivo verificar que el empleo de los recursos necesarios para su operación y realización posterior; de manera que se conduzca a una buena obtención de los beneficios que se esperan y estos a su vez se puedan maximizar y contribuir de forma directa o indirecta al desarrollo de la población íntimamente relacionada con la asociación.

De igual manera es importante determinar, si el proyecto justifica el consumo de los escasos recursos con prioridad sobre otros, así se procurará maximizar estos escasos recursos.

Muchos pueden ser los beneficios que se pueden obtener de este modelo de sistema, tanto para los interesados o socios, como para los turistas; que al participar en las actividades agropecuarias, artesanales, culturales de la región; mantienen la tradición de los lugares que visitan generando al mismo tiempo efecto indirecto en otras actividades tales como: alojamiento, alimentación entre otros.

Para el caso del modelo de sistema se pueden mencionar los siguientes beneficios economicos sociales:

- ✓ Creación directa de empleo:

La creación de una asociación de este tipo, propicia la generación directa de empleos. En el primer año de funcionamiento se generaran por lo menos 79³³ por parte de los asociados y 12 a través de la asociación. Los cuales podrían ir aumentando ya que según las proyecciones, la tendencia es al crecimiento de la demanda y en consecuencia debe de aumentar la capacidad instalada. Lo anterior beneficiaría la situación económica de los agricultores, ganaderos y artesanos de la región, ya que se requeriría más personal en la dirección de la asociación (administración), y en la venta del paquete (comercialización), y guías turísticas lo que implica la utilización de personal para que se realicen dichas actividades.

✓ Creación indirecta de empleo:

Además, de la creación directa de empleos, existirá la creación indirecta de empleos, a través de la expansión y crecimiento que tenga la asociación de manera que pueda haber más gente solicitada para colaborar con los paquetes que se ofrezca, se estima que por lo menos se podrán generar 25 empleos por municipio. También se generan empleos en la parte de comercialización de los paquetes, ya que a medida que se va conociendo se puede trabajar con diferentes promotoras de turismo. El hecho de hacer turismo a partir de las actividades que se realizan actualmente en las zonas, también impactará de manera positiva ya que los agricultores podrían vender más productos agrícolas y de la misma manera para todas las demás actividades que participarían en el modelo.

✓ Disminución de la migración hacia las ciudades:

La creación de un modelo de sistema agroturístico, una modalidad nueva en el país, haría atractivos a los municipios modelos y sus cantones, ya que la existencia de una asociación de este tipo contribuye en cierta medida a la disminución de la migración de personas hacia las ciudades, incluso podrían existir inversionistas que decidieran llegar a las zonas rurales con el objetivo de invertir en este tipo de proyectos.

³³ Este resultado lo obtenemos de los cálculos realizados en la etapa de diseño.

En la medida que las actividades económicas de la población de los municipios modelo tengan demanda, habrá mayor número de personas que se dediquen a ellas. Disminuyendo gradualmente el porcentaje de la población que migra a las ciudades e emigra al extranjero.

- ✓ Estimula la Creación de otras actividades:

La creación y expansión de este tipo de asociación da la pauta para la generación de otro tipo de actividad económica como son vendedoras ambulantes, prestación de servicios de transporte, cuidado de recursos naturales, apoyo a las actividades culturales, estas actividades pueden ir creciendo de manera que se generaría un desarrollo social y un bienestar del lugar.

- Estimula la creación de otras actividades económicas.

La creación de este tipo de empresa en una zona determinante del municipio, da la pauta para la generación de otro tipo de actividad económica como tiendas, ventas de comida, pupuserías, cafetines: así como también otras actividades de comercio, con lo que se crean núcleos familiares y focos de desarrollo que pueden irse extendiendo.

Entre otros de los beneficios importantes de este proyecto, es la generación de empleos en el sector agrícola, a toda clase de trabajadores de tipo no calificado; encargados de la generación (necesarios) de los insumos o materias primas necesarias para el buen funcionamiento del proyecto.

Crecimiento en materia de conocimientos técnicos con respecto a la elaboración de panela granulada, así como también extender la comercialización de estos productos en el ámbito nacional.

D. EVALUACIÓN DE GÉNERO.

Las condiciones económicas que presentan las familias salvadoreñas reflejan la necesidad de la incorporación de la mujer en las actividades productivas. Por lo cual el modelo de sistema agroturístico, no solo se encuentra orientado al género masculino, si no mas bien al grupo

familiar en el que participen los diferentes miembros que componen dicho grupo y sobre todo a la mujer.

La gran mayoría de servicios agroturísticos que pueden ofrecerse en el producto agroturístico son servicios cuyo proceso para elaborarse por lo general son conocidos y/o realizados por las mujeres o fácilmente asimilados por ellas.

Uno de los problemas que pueden afectar a una mujer que se incluya en el modelo es la doble jornada de trabajo, ya que aparte de las actividades domésticas y atención familiar que efectúa, tiene que realizar una buena atención y convivencia que realizara con los turistas. En tal sentido el modelo ofrece la ventaja de que las actividades antes mencionadas se realicen en el mismo lugar, sobre todo cuando visiten su casa, permitiéndole incorporar las actividades turísticas y a la vez para poder ejecutar sus actividades domésticas.

Aparte de lo anterior es necesario mencionar el hecho de que las actividades agropecuarias es el hombre el que tiene mayor participación por lo que su tiempo y dedicación a las actividades referentes a los servicios del modelo no es tan amplio como el que puede dedicar la mujeres que estén en la asociación.

Por supuesto que si el modelo fuese tomado por una mujer inversionista no existe ningún obstáculo para ello, dado que los montos de inversión para cada asociado son bajos, y los créditos para ello difícilmente podrían ser negados por una institución bancaria.

Es necesario mencionar que los encargados de la capacitación para la creación del modelo de sistema agroturístico no se debe de olvidar que el modelo no solo es para el sector agropecuario o inversionistas del sexo masculino si no para familias en que el jefe de la actividad económica puede ser una mujer.

Puede verse entonces que la mujer juega un papel importante dentro del proyecto tanto como asociada o inversionista como también en el papel de la esposa del agricultor.

Por lo anteriormente expuesto, es necesario establecer pautas para que en el modelo se de la equidad de genero, donde se debe de tomar en cuenta que para todos los puestos presentados tanto para el área administrativa y de prestación de servicios de la asociación presentada en el diseño, la oportunidad que sea ocupado por una mujer o por un hombre es igual a un 50%, siempre y cuando se respete las siguientes políticas de equidad:

- A. El sueldo base es el mismo para hombres y mujeres tanto en el área administrativa como en la de prestación de servicios.
- B. Las prestaciones tales como vacaciones y aguinaldo son las mismas para todos los trabajadores(as)
- C. Cuando las jornadas de trabajo se extiendan a periodos extraordinarios, todos los trabajadores(as) tienen la obligación de aceptar el trabajo extra y las remuneraciones que esto conlleva, en concepto de pago de horas extras.
- D. Todos los trabajadores(as) tendrán las mismas posibilidades de ascensos o aumentos de sueldo y las bases de evaluación para fundamentar la concesión de estos incentivos serán las mismas para ambos.

1. Metodología para la evaluación de género.

La investigación no solo es útil en la medida en que aporta un mayor conocimiento sobre una realidad determinada, sino también porque las conclusiones a las que se llegue pueden aportar elementos claves en la planificación de alternativas de acción. Por tanto, si se va a intervenir sobre una realidad con un proyecto para intentar cambiar o mejorar determinadas condiciones que se consideran problemáticas, se debe antes investigar la situación y también las alternativas posibles para que la acción realizada tenga resultados esperados.

Muchos de los programas fracasan por que a la hora de ponerlos en práctica surgen diversos factores que no se han tenido en cuenta y uno de los más importantes es la participación de las mujeres: sus condiciones de vida dejan escaso tiempo para otros proyectos que no sean la sobre vivencia cotidiana y su estatus social subordinado, es públicamente visible en las actitudes, comportamiento, creencias y valores. Con lo cual, ni el contexto ni la tradición cultural, impulsan

una participación activa de las mujeres en cualquier otra faceta que no sea la de su hogar, no tan dulce a veces.

Según datos estadísticos resultantes de investigaciones hechas desde la perspectiva de género³⁴, demuestran estas diferencias en varios aspectos fundamentales tales como:

- ♣ La división sexual del trabajo: se basa en los tradicionales roles que se han asignado a las mujeres y a los hombres por su socialización genérica, dado el hecho de que las mujeres siempre han tenido que asumir la responsabilidad del trabajo reproductivo, que se define como el cuidado y mantenimiento del hogar.

- ♣ La precarización del empleo femenino: la cual quiere decir que las mujeres tienen trabajo inestable y mal pagado.

- ♣ Menos acceso a la educación: este hecho se relaciona también con la división sexual del trabajo, ya que tiene que ver con la adjudicación y obligación que se le imponen al rol femenino. A las mujeres se les condiciona al horario por el trabajo doméstico que realizan y por otra parte su condición de madres, significa casi siempre muchas más responsabilidades que finalmente le quitan el tiempo para dedicarse a su formación. Reducida participación en la toma de decisiones en el ámbito público y en el privado.

Es por esto que es necesario hacer una evaluación de género a los interesados que participen en la asociación del modelo de sistema agroturístico, parte desde la necesidad de que se debe reconocer el hecho de que estas personas no son un grupo homogéneo, desde el enfoque de que los hombres y mujeres tienen o pueden tener puntos de vista diferentes y materializa la necesidad de evaluar las condiciones o bajo las cuales la clínica trabajara en términos de igualdad de derechos tanto para hombres como para mujeres.

Es importante mencionar que en la evaluación de género se debe recalcar la importancia de la participación de la mujer en las actividades que se mostraran en los paquetes agroturísticos, ya

³⁴“[Derechos de propiedad y acceso de la mujer a la tierra en El Salvador](#)”. PRISMA, Boletín No 32, San Salvador 1998.

que por ser una zona rural se denigra las labores que una mujer hace, como se ha demostrado los diferentes estudios antes citados.

2. Desarrollo de la metodología la evaluación de género.

Para el desarrollo de la metodología la evaluación de género es necesario establecer un diagnostico³⁵, dado que el proceso de evaluación de géneros para la asociación, se establecerán las condiciones sobre las cuales se diagnosticaría la situación de trabajo que se realizan en las zonas modelos. A continuación se presenta los pasos que se deben realizar para encaminar a establecer una visión general de la situación y del reconocimiento equitativo de los derechos de género, para cuanto se haga una reestructuración de la asociación:

PASO 1: Reconocimiento de la desigualdad o discriminación

PASO 2: Establecimiento de acciones que equilibren las actividades para los hombres como para las mujeres.

PASO 3: Aplicación de las acciones.

PASO 4: Revisión de la aplicación.

E. EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL.

Para llevar a cabo la prevención de la contaminación se debe identificar el origen de los posibles problemas de prestación del servicio y otra naturaleza asociados al modelo de sistema agroturístico. Para todo proyecto sin importar sus características es importante realizar una evaluación sobre el impacto ambiental del mismo, ya que ésta es una herramienta de protección que fortalece la toma de decisiones al incorporar variables que no han sido consideradas durante la planificación, diseño e implantación.

La evaluación del impacto ambiental es un proceso de análisis que identifica los futuros

³⁵ Pasos del diagnostico tomado de *Planificación de proyectos desde la equidad, Serie Hacia La Equidad. UNIÓN MUNDIAL PARA LA NATURALEZA, Fundación Arias para la paz y el progreso humano.*

impactos ambientales positivos y negativos de acciones humanas, permitiendo seleccionar las alternativas que cumplan con los objetivos propuestos, maximizar los beneficios y disminuir los impactos no deseados.

La evaluación del impacto ambiental debe ser entonces documentada y fundamentada, en todas sus etapas, de tal manera que sea seria, confiable, relevante, de acceso fácil y comprensible a las partes interesadas, por lo que seguidamente se describe el procedimiento para realizar dicha evaluación.

El Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN), institución responsable de la gestión ambiental, hace del conocimiento a los interesados o titulares, que antes de iniciar y ejecutar actividades, obras o proyectos definidos en la Ley del Medio Ambiente (Art. 21), deberán realizar el correspondiente Estudio de Impacto Ambiental (EIA) como requisito para obtener el Permiso Ambiental.

Los interesados se preguntarán algunas cosas como:

¿Qué es el Permiso Ambiental?

El Permiso Ambiental (VER ANEXO 14) es un documento legal que extiende el Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales, MARN, para iniciar y poner en funcionamiento actividades, obras o proyectos definidos en la Ley del Medio Ambiente, previo cumplimiento de los requisitos establecidos en la Ley y reglamentos. El hecho que el interesado o titular de una actividad, obra o proyecto obtenga su Permiso Ambiental significa que técnicamente tiene el visto bueno del Ministerio.

¿Quién es la autoridad responsable de emitir el Permiso Ambiental?

El responsable de coordinar la gestión ambiental, de la aplicación de la Ley del Medio Ambiente y de la emisión del permiso ambiental es el Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales.

El trámite para obtener el Permiso Ambiental de una actividad o proyecto nuevo que requiere

presentar un EIA deberá seguir las siguientes etapas y pasos (Ver figura 12).

1. DESARROLLO PARA EL PERMISO AMBIENTAL PARA LA INICIACION DE UNA OBRA, PROYECTO O CONSTRUCCIÓN.

1. ETAPA DE PLANIFICACIÓN.

¿Qué pasos se siguen para obtener un Permiso Ambiental?

1. El interesado o titular deberá solicitar y presentar en el Ministerio, el Formulario Ambiental la información pertinente.
2. El Ministerio analiza y, mediante inspección al sitio, verifica la información del Formulario Ambiental de acuerdo a la actividad, obra o proyecto, determinado si procede la elaboración del Estudio de Impacto Ambiental (EIA), en caso negativo el Ministerio otorga el Permiso Ambiental³⁶.
3. En caso afirmativo, el interesado recibe los Términos de Referencia para la realización del Estudio de Impacto Ambiental, de acuerdo a formato elaborado por el Ministerio.

³⁶ Para el procedimiento de actividades, obras o proyectos en funcionamiento, se debe consultar la "Guía Informativa sobre Diagnósticos Ambientales" en el MARN.

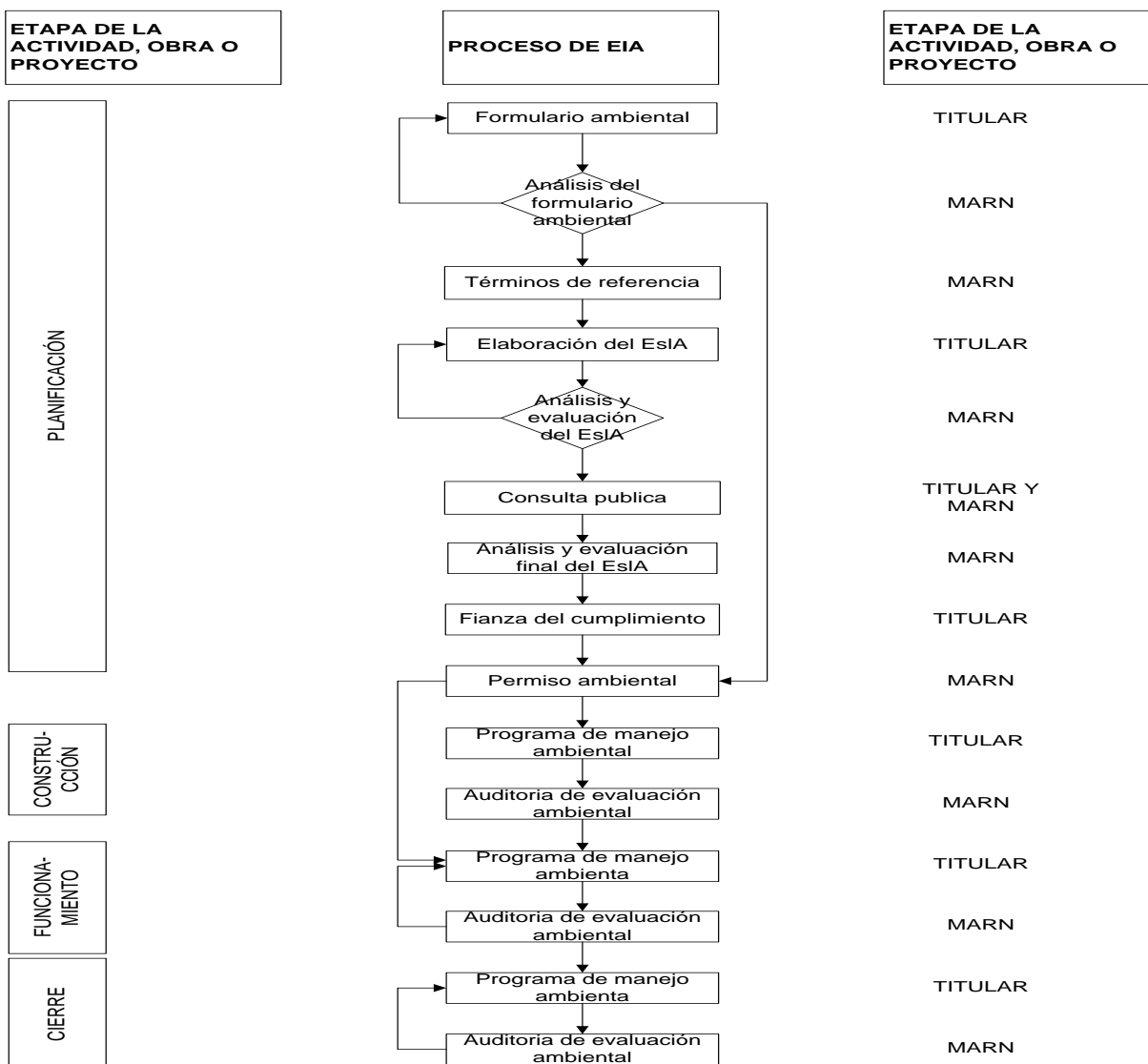


FIGURA 12: FLUJOGRAMA DE EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL (EIA)

4. El Estudio de Impacto Ambiental es elaborado por un equipo múlti e interdisciplinario integrado por profesionales previamente inscritos en el Registro de Prestadores de Servicios. Los costos del EIA son a cuenta del interesado.
5. El interesado presenta al Ministerio el Estudio de Impacto Ambiental para su correspondiente evaluación.
6. Evaluación del EIA por el Ministerio, que incluye:
 - Análisis y evaluación del EIA.
 - Remisión al interesado de observaciones sobre el EIA, si las hay, antes de la consulta pública.
 - Consulta Pública del EIA. que comprende:
 - ✓ Anuncio de la disponibilidad del EIA, mediante publicación en cualquiera de los medios escritos de cobertura nacional, de acuerdo a lineamientos del Ministerio, para que los interesados puedan consultarlo en el Centro de Documentación del Ministerio y expresar por escrito sus opiniones u observaciones.
 - ✓ Presentación pública del EIA, coordinada por el Ministerio, en el o los municipios en donde se piense desarrollar la actividad, obra o proyecto; para los EIA cuyos resultados prevean riesgos a la salud y bienestar de la población y al medio ambiente; en ambos casos, los costos corren a cargo del interesado.
 - ✓ Ponderación de las opiniones y observaciones resultantes de la consulta pública, recibidas dentro del plazo establecido.
7. Dictamen Técnico favorable y notificación del valor de la fianza de Cumplimiento Ambiental por parte del Ministerio.
8. Rendimiento de la fianza de cumplimiento ambiental por parte del interesado.
9. Emisión del Permiso Ambiental a través de asesoría jurídica del Ministerio.

2. ETAPA DE CONSTRUCCIÓN

Una vez obtenido el permiso correspondiente, el interesado puede proceder a esta etapa, en la cual deberá implementar el Programa de Manejo Ambiental (PMA) y al Ministerio le compete realizar la Auditoria de Evaluación Ambiental (AEA).

3. ETAPA DE FUNCIONAMIENTO Y CIERRE DE OPERACIONES.

Satisfechas las condiciones establecidas en el Permiso Ambiental y cumplimiento el Programa de Manejo Ambiental (PMA), éste permiso se constituye en Permiso Ambiental de Funcionamiento. En ambas etapas el interesado continuará ejecutando el PMA y el Ministerio la Auditoria de Evaluación Ambiental.

¿Qué plazo se necesita para la obtención de un Permiso Ambiental?

Si la actividad, obra o proyecto no necesita de Estudio de Impacto Ambiental, después de la recepción del Formulario Ambiental, la resolución del Ministerio toma un plazo aproximado de 20 a 30 días hábiles; en ese plazo finaliza el proceso.

Si la actividad, obra o proyecto requiere de Estudio de Impacto Ambiental, el Ministerio deberá evaluarlo en un plazo máximo de sesenta (60) días hábiles contados a partir de su recepción; en caso de ser aprobado emitirá el correspondiente Permiso Ambiental en un plazo no mayor de diez días hábiles después de notificada la resolución correspondiente.

2 APLICABILIDAD DEL MODELO.

a. Pasos para la evaluación del Medio Ambiente.

Para llevar a cabo la evaluación ambiental del Modelo de sistema agroturístico se deben seguir los siguientes pasos:

i) Información Básica de la Actividad o Provento.

Retirar el formulario para proyectos agroindustriales en el Ministerio del Medio Ambiente,

oficina de calidad ambiental. Una vez completado el formulario se envía al Ministerio del Medio Ambiente, solicitando la visita técnica al sitio del modelo.

ii) Elaboración del Análisis Ambiental Preliminar.

El Ministerio del Medio Ambiente aprobará el análisis ambiental preliminar (después de realizada la visita al lugar del proyecto), el cual contendrá un pequeño esbozo de las condiciones ambientales, la identificación de los probables impactos ambientales del mismo, y establecerá las necesidades o no de elaborar un Estudio de Impacto Ambiental (EIA) o de reformar el modelo planteado de acuerdo a criterios que toman en consideración de magnitud, localización y monto de las acciones o proyectos, la dimensión y naturaleza de los impactos y sensibilidad de los recursos. Estos criterios son:

- ✓ Magnitud del proyecto según superficie involucrada, tamaño de la obra, volumen de prestación de servicios, número de trabajadores, entre otros.
- ✓ Modificaciones importantes de las características del medio ambiente, tanto en extensión como en intensidad.
- ✓ Cercanía a áreas protegidas, a recursos naturales y/o culturales sobresalientes o a poblaciones.
- ✓ Utilización de recursos naturales.
- ✓ Cantidad y calidad de afluentes, emisiones y residuos que genere el proyecto.
- ✓ Probabilidad de riesgo para la salud de la población humana.
- ✓ Reubicación permanente o transitoria, y otras alternativas en poblaciones.
- ✓ Introducción de cambios en las condiciones biofísicas, sociales, económicas y culturales.
- ✓ Existencia en el medio de atributos ambientales que posean valores de especial consideración y que hagan deseables evitar su modificación tal como el caso de valores naturales, históricos y culturales.

En base a lo anterior, las categorías de proyectos y los tipos de estudio de Impacto Ambiental que el Ministerio del Medio Ambiente podrá recomendar son los siguientes:

➤ De Primer Nivel

Implicará un Estudio de Impacto Ambiental detallado o completo, para las acciones o proyectos que se considera provocarán diversos impactos ambientales importantes como aeropuertos, autopistas, complejos habitacionales, turísticos, megaproyectos energéticos, complejos industriales y actividades de alto riesgo a la salud y al ambiente. Para esto se llenará una guía entregada por el Ministerio del Medio Ambiente.

➤ De Segundo Nivel

Implicará un Estudio de Impacto Ambiental, parcial, limitado o semidetallado para los proyectos que se consideren que conllevan impactos ambientales específicos. Aquí se incluyen proyectos de pequeñas centrales hidroeléctricas, de electrificación rural y transmisión eléctrica, telecomunicaciones, instalaciones públicas y desarrollo urbano a pequeña escala y proyectos de tipo ambiental.

➤ De Tercer Nivel

En este caso no requerirán Estudio de Impacto Ambiental los proyectos que normalmente no ocasionan impactos ambientales importantes, tales como proyectos de educación, nutrición, salud, desarrollo nutricional, entre otros la mayoría de los proyectos ambientales; estos solo estarán sujetos a una declaración escrita, del compromiso de no provocar impactos considerables al ambiente y de no modificar el proyecto sin previa autorización a la autoridad competente.

De acuerdo a lo expuesto anteriormente y a la descripción para cada nivel de evaluación ambiental se considera necesario mencionar los posibles impactos ambientales negativos y las medidas preventivas a tomar para los inconvenientes que generará el modelo de sistema agroturístico:

- ✓ Deterioro de la calidad del aire:
- ✓ Contaminación del agua
- ✓ Contaminación del suelo
- ✓ Efectos sobre la salud humana
- ✓ Efectos sobre la flora, fauna, ecología

Una vez descritos los posibles impactos ambientales negativos para el modelo y en base a los Niveles en los que se pueden ubicar, el modelo de sistema agroturístico se ubicaría en el primer nivel, ya que en el modelo no representan mayor impacto pero de acuerdo a los niveles que estipula el ministerio del medio ambiente y los recursos naturales es necesario realizar un estudio de impacto ambiental por ser un modelo de desarrollo turístico, para ello se presenta en el ANEXO 16, los pasos necesario para la realización de este.

3. DESARROLLO PARA EL CONSTANTE CONTROL DE LOS IMPACTOS AMBIENTALES DEL MODELO.

La identificación de los impactos ambientales consiste en mencionar el mayor número de posibles impactos ambientales, reales o potenciales, positivos y negativos, asociados a los servicios de la modelo, dando mayor énfasis a los impactos negativos. Para ello se muestra el siguiente flujograma:

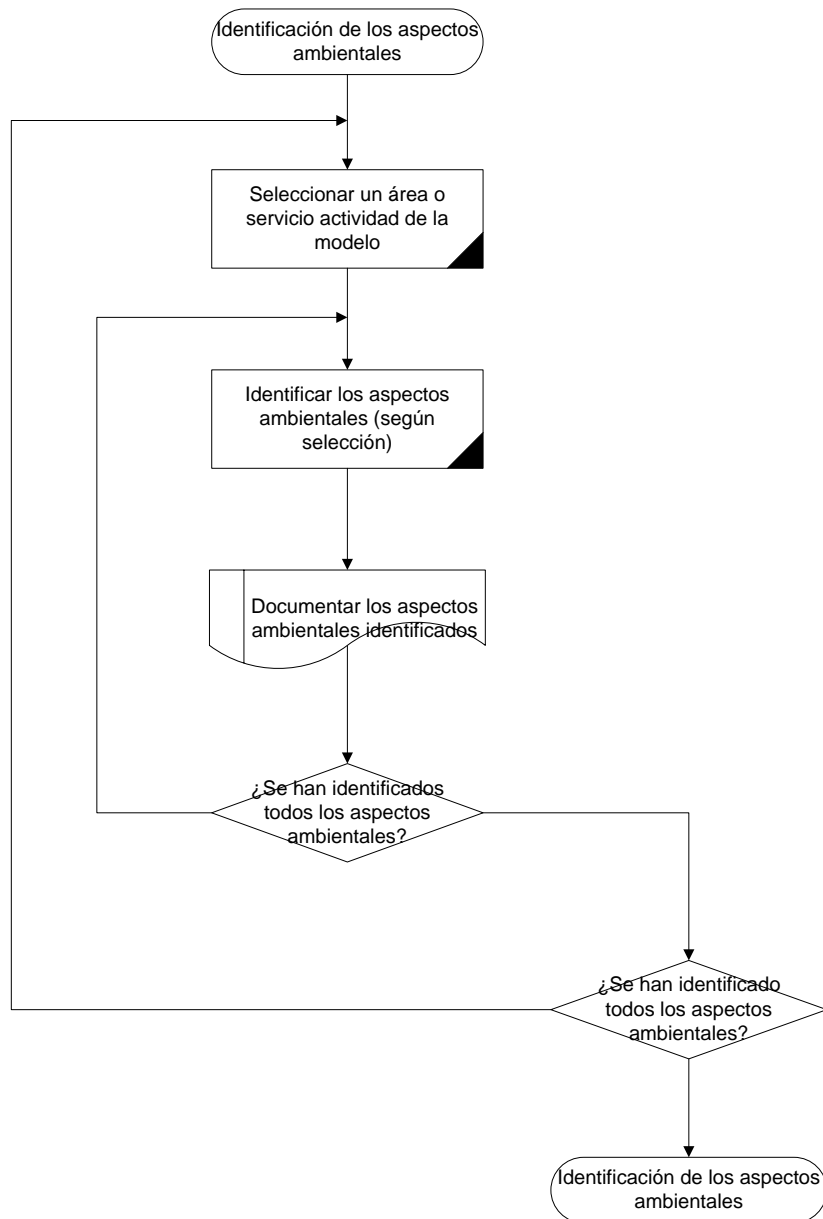


FIGURA 13 PROCESO PARA LA IDENTIFICACIÓN DE LOS ASPECTOS AMBIENTALES DEL MODELO DE SISTEMA AGROTURISTICO.

Una vez identificados los impactos ambientales que los servicios que ofrecerá el modelo y los posibles daños que ocasionan al medio ambiente, deben de evaluarse siguiendo la técnica cuantitativa que se expone a continuación, la cual se presenta en la siguiente figura:

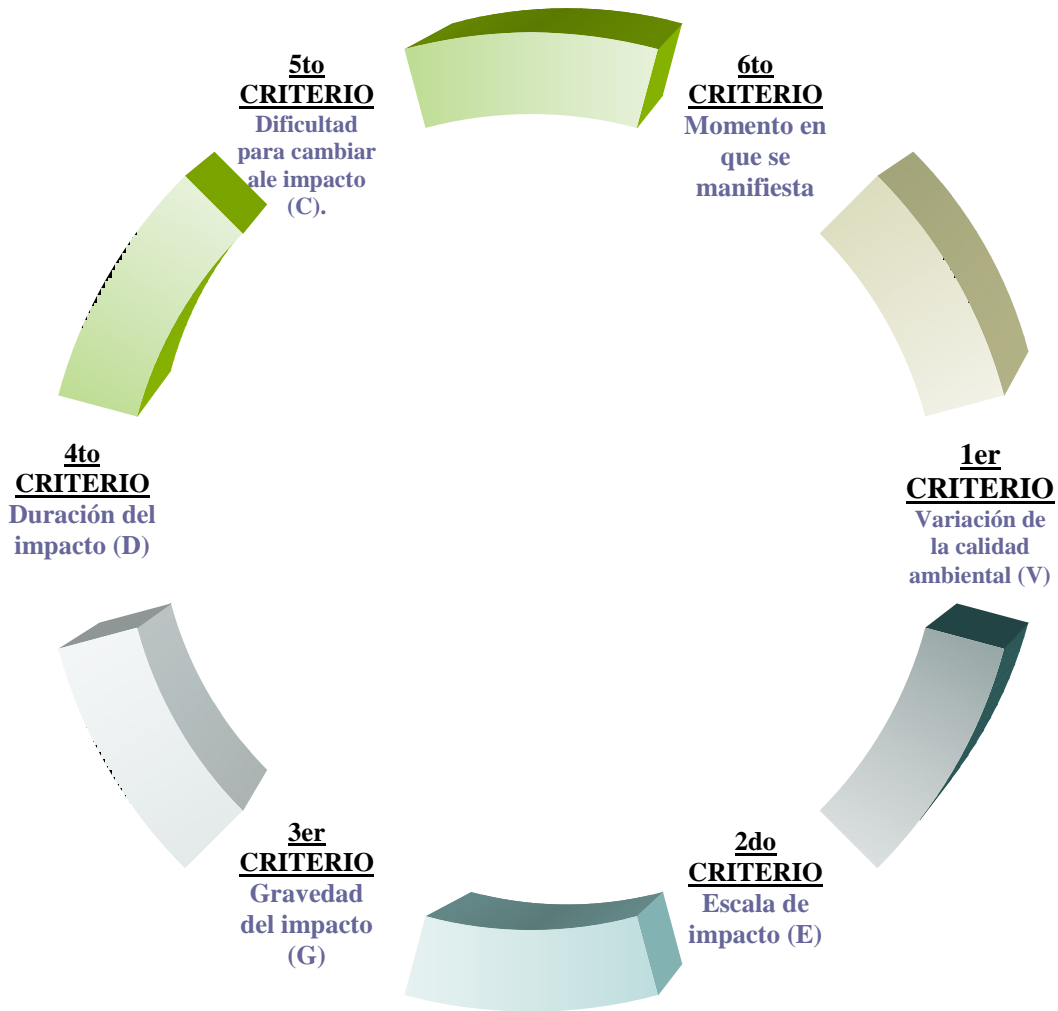


FIGURA 14 ETAPAS DE METODOLOGÍA DE DICKERT

a. Detalle de cada uno de los criterios para la evaluación de impactos.

Para la valoración cuantitativa de los impactos ambientales se debe de determinar el Valor Índice Ambiental (VIA), la cual se debe de realizar con la ayuda de la matriz de calificación de impacto ambiental considerando los criterios mencionados en la figura 14

✓ Variación de la Calidad Ambiental (V).

Es una medida de los cambios experimentados por cada componente ambiental debida al impacto generado.

O : Positivo : Aquellos impactos que se refieren a modificaciones que resultan en ganancias o beneficios para el medio ambiente.

3 : Negativo: Aquellos impactos que se refieren a modificaciones que resultan en pérdidas o costos para el medio ambiente.

✓ Escala del impacto (E).

Se considera en este criterio la cercanía a áreas protegidas, recursos naturales y/o culturales sobresalientes o a poblaciones humanas. Es decir, la magnitud de la actividad según la superficie involucrada, tamaño de la obra, volumen de producción, número de trabajadores, etc., mide el grado de incidencia del impacto sobre el medio aledaño a la Cooperativa.

O : Mínimo o bajo : El impacto espiritual dentro de los límites de la acción que lo genera.

1 : Medio y/o alto : El impacto está dentro de la zona de la empresa.

2 : Notable o muy alto: El impacto trasciende la zona de la Cooperativa y es de interés Municipal.

3 : Total : La zona de impacto trasciende los límites normales y se convierte en peligro nacional.

✓ Gravedad del impacto (G).

Indica la utilización de recursos naturales, la cantidad y calidad de efluentes, emisiones y residuos que genera la Cooperativa y la probabilidad de riesgo para la salud de la población humana.

O : Intrascendente: El impacto generado no produce cambios sobre el medio ambiente.

1 : Moderado; El impacto produce cambios ya sea indirectos como directos sobre el medio ambiente, pero no son de trascendencia.

2 : Severo: El impacto produce cambios tanto directos como indirectos sobre el medio ambiente que urgen de solución, pero están bajo límites permisibles.

3 : Crítico: Efecto cuya magnitud es superior al umbral aceptable y de urgencia extrema de solución, que requiere de atención inmediata.

✓ Duración del impacto (D).

Tiempo de duración del impacto, considerando que no se apliquen medidas de reversión del impacto.

0 : Fugaz (menor que 1 año)

1 : Temporal (1 -3 años)

2 : Prolongado(4-10 años)

3 : Permanente (Alteración indefinida)

✓ Dificultad para cambiar el impacto (C).

Grado en que los efectos sobre el ambiente resulten polémicos, altamente dudosos o involucren riesgos desconocidos, estableciendo precedentes para acciones futuras con efectos significativos o represente una decisión para futuras consideraciones. Es el grado de reversibilidad del impacto y tiempo requerido para su mitigación, a través de medidas naturales o inducidas por el hombre.

0 : Recuperable : Si se elimina la acción que causa el impacto y automáticamente este desaparece se debe considerar un impacto recuperable.

1 : Mitigable : Eliminando la causa del impacto hay que esperar un lapso de tiempo corto (1 a 6 meses) para que desaparezca.

2 : Reversible : Si al eliminar la acción causante del impacto, debe de transcurrir un periodo largo (de 6 meses en adelante) para que este desaparezca.

3 : Irreversible : Nunca desaparece el impacto aunque se apliquen medidas correctivas.

✓ Momento en que se manifiesta (M).

Es la probabilidad de ocurrencia de un impacto como consecuencia de una actividad u operación industrial, en búsqueda de su prevención.

0 : Inmediato : Sus efectos son inmediatos.

1 : Corto plazo : Sus efectos se prevén en un periodo de 1 a 4 años.

2 : Mediano plazo : Debe de transcurrir un periodo de 5 a 10 años para que se

Observen los efectos.

3: largo plazo: Los efectos se dan en un periodo de 10 años.

4. APLICACIÓN AL MODELO

a. Priorización de impactos(a través del calculo del vía.).

Cada impacto es evaluado de acuerdo a los criterios anteriores, luego debe de estimarse el Valor índice Ambiente (VÍA), para cada impacto, el cual será calculado con la siguiente ecuación 13:

$$\text{VÍA} = (V+E+G+D+C+M)/6 \text{ (ecuación 13)}$$

TABLA 36: MATRIZ DE CALIFICACIÓN DE IMPACTOS

IMPACTOS AMBIENTALES	CRITERIOS						
	V	E	G	D	C	M	VÍA
Deterioro de la calidad del aire	0	1	0	0	0	0	0.17
Contaminación del agua	0	1	1	0	1	1	0.67
Contaminación del suelo	0	1	1	0	1	1	0.67
Efectos sobre la salud humana	0	0	0	0	0	0	0.0
Efectos sobre la flora, fauna, ecología	0	0	1	0	1	0	0.33

b. Evaluación de los impactos ambientales.

Para la evaluación de los impactos deberá de compararse el VÍA obtenido con las categorías mostradas en la tabla 37.

La prestación del servicio de paquetes agroturísticos tiene un impacto insignificantes en el aire y en la flora y la fauna, ya que el único contaminante que se presentara es la visita de los turistas, el efecto que puede provocar el servicio sobre los humanos lejos de ser dañino para ellos se convierte en saludable, para alejarse de los problemas cotidianos que produce la vida diaria. Con respecto a la contaminación del agua y del suelo presenta un impacto mínimo ya que el tipo de visitante que este interesado en adquirir este tipo de turismo es una persona que desea convivir con un entorno diferente y posee un nivel académico y cultural.

TABLA 37: CATEGORÍAS DEL VIA.

CATEGORÍA	VALORES LIMITES DEL VÍA (VALOR MÍNIMO - VALOR	CALIFICACIÓN
1	0.00 – 0.60	Impacto
2	0.61 – 1.20	Impacto Mínimo
3	1.21 – 1.80	Impacto Mediano
4	1.81 -2.40	Impacto
5	2.41 -3.00	Gran Impacto

c. Compromiso de la asociación.

Para resaltar la imagen del servicio y cooperar para mantener un ambiente saludable la asociación debe de aceptar la importancia de mejorar la relación asociación-medio ambiente convirtiéndose en un compromiso el cual debe de ser dinámico, involucrando a todas las partes de estas.

Las causas principales que deben motivar a establecer este compromiso y que es conveniente considerar entre otros son:

1. Las exigencias legales y/o reglamentarias (Ley del Medio ambiente).
2. Presiones nacionales e internacionales sobre el mejoramiento ambiental.
3. Exigencias comerciales nacionales y extranjeras.
4. Crecimiento en la imagen de la asociación.
5. Reducción de los costos al utilizar adecuadamente los recursos.

F. ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO

1. PLANIFICACIÓN DE LA EJECUCIÓN O IMPLANTACIÓN

a.Desglose analítico

✓ Objetivo general de ejecución

El objetivo general de ejecución abarca toda la implantación del modelo y se planteará en términos de tiempo, dinero, alcance o meta y lugar.

El desarrollo de la implantación se realizara en las zonas modelos: Carrizal, Comalapa y San Luís del Carmen; municipios de Chalatenango.

La ejecución del proyecto depende en gran medida del apoyo técnico – logístico y económico de la fundación CORDES Chalatenango, las alcaldías, ADESCOS y asociaciones existentes en las zonas modelos; en el sentido de apoyar y promocionar el modelo de asociación en los diferentes municipios comprendidos en el departamento de Chalatenango. Para tal efecto se define el siguiente objetivo de ejecución.

Instalación y puesta en marcha de un Modelo de Sistema Agroturístico en los municipios modelos: Carrizal, Comalapa y San Luís del Carmen del departamento de Chalatenango dirigido a agricultores, ganaderos y artesanos, en un período de 3.5 meses a un monto de \$11,129.14

2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1.Establecimiento de Subsistemas y Paquetes de trabajo a partir de los cuales se desarrollará el Plan de Implantación.
- 2.Determinar las Estrategias a seguir para la Ejecución del Modelo.
- 3.Establecimiento de actividades a realizar en el desarrollo del Plan de Implantación
- 4.Establecer la estructura Organizativa responsable de llevar a cabo la implantación.
- 5.Definir las responsabilidades y funciones de la estructura Organizativa que estará a cargo del desarrollo de los objetivos de la implantación del Modelo.
- 6.Establecer la programación de los diferentes recursos que intervendrán en la implantación del modelo.

3. PLAN DE IMPLANTACIÓN PARA EL MODELO DE SISTEMA AGROTURÍSTICO

Para llevar a cabo la implantación del modelo se utilizará una metodología de diseño administrativo en la cual será necesario:

a. La Designación De Un Responsable Del Modelo:

El responsable de modelo será la persona que planificará, dirigirá y coordinará el cumplimiento de los objetivos que surjan del modelo.

El responsable del modelo no sólo deberá poseer habilidades técnicas, sino también de carácter gerencial.

Algunas de las cualidades ha tomar en cuenta dentro del perfil del responsable del proyecto son:

- a. Amplitud de visión sobre lo que debe lograr. Es decir entender que los resultados se obtendrán del aporte de cada área del modelo y los diferentes puntos de vista que puedan surgir en beneficio del proyecto.
- b. Habilidad para relacionarse con el ambiente que rodea el modelo a fin de facilitar las relaciones necesarias en el proyecto.
- c. Capacidad para tomar decisiones rápidas y seguras en el momento que puedan surgir imprevistos inevitables.

b. Desglose Analítico

Con el desglose analítico se logra que el Objetivo General del Proyecto vaya siendo desglosado en resultados menores, más parciales, más concretos de menor plazo y más fáciles de controlar. Es decir se presentan los Sub objetivos y actividades necesarias a desarrollar y que integrados conforman el Objetivo General.

Además el Desglose Analítico permite tener una visión completa del modelo ya que se puede llegar a conocer la totalidad de los elementos que intervienen en el logro del objetivo final, así como los requerimientos del proyecto y sus interrelaciones.

El Desglose Analítico nos permite:

- ✓ Identificar de una manera lógica las actividades y paquetes de trabajo que interesa controlar, lo que da una base fundamental para la forma que adoptará la organización del modelo.

- ✓ Ayuda a la asignación a cada unidad organizacional que se establezca de las actividades que debe cumplir y del personal, materiales y presupuesto que se necesitan así como la determinación del tiempo que empleará cada actividad.

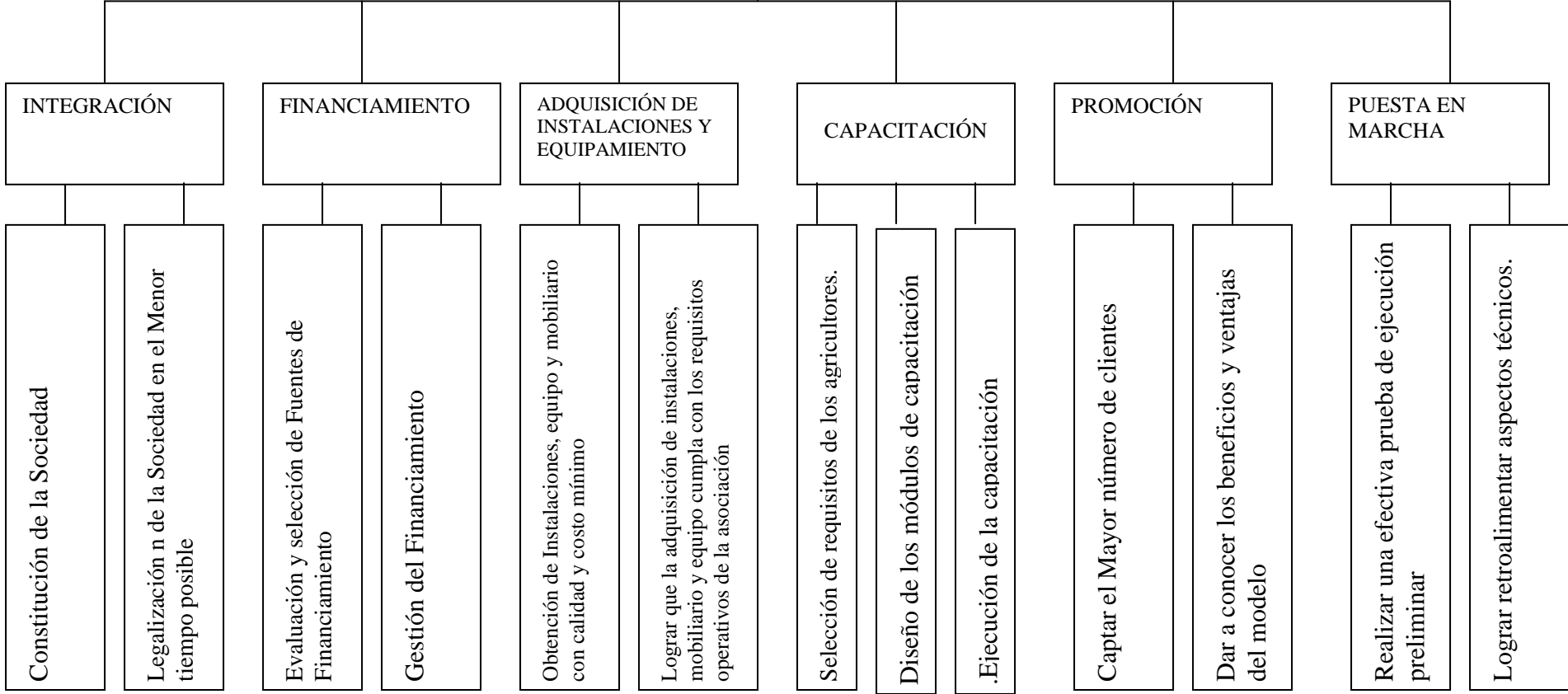
- ✓ El Objetivo General de Ejecución abarca la implantación del modelo de sistema agroturístico incluyendo tiempo, dinero, lugar y alcance para su definición.

La implantación se desarrollará en el departamento de Chalatenango, en los Municipios de Carrizal, Comalapa San Luís del Carmen.

Para llevar a cabo la implantación es necesario definir un Objetivo Principal de Ejecución, el cual para este caso y por motivos de aplicabilidad el objetivo a lograr es el siguiente:

Implantar un modelo de sistema agroturístico dirigido a agricultores, ganaderos y artesanos de los municipios de Carrizal, Comalapa y San Luís del Carmen.

Implantar un modelo de sistema agroturístico dirigido a agricultores, ganaderos y artesanos de los municipios de Carrizal, Comalapa y San Luís del Carmen.



c. Descripción de Subsistemas

Una vez planteado el Objetivo general de la implantación, es importante formar Subsistemas que serán los responsables de llevar a cabo los Sub objetivos que se desprendan del Objetivo General.

Para llevar a cabo el cumplimiento de los Objetivos Principales será necesario el nombramiento de un responsable para cada Subsistema.

Ante esto los Subsistemas Planteados para llevar a cabo cada uno de los objetivos del proyecto son: Integración, Financiamiento, Adquisición de Instalaciones, Capacitación, Promoción y Puesta en Marcha.

SUBSISTEMA: INTEGRACIÓN

Este Subsistema establecerá Objetivos principales respecto a la Conformación y legalización de la asociación. Así como también comprende la determinación y desarrollo de las actividades para el logro de dichos objetivos.

SUBSISTEMA: FINANCIAMIENTO

Este Subsistema comprende la evaluación y selección de otras fuentes de Financiamiento como lo son instituciones Bancarias y de esta forma dar comienzo a la gestión del Capital a utilizar.

SUBSISTEMA: ADQUISICIÓN DE INSTALACIÓN Y EQUIPAMIENTO

Establecerá Objetivos principales para llevar a cabo lo concerniente a la adquisición de las instalaciones de acuerdo a diseño planteado en la etapa de diseño, así como también se encargará

de la adquisición del equipo de oficina para el desarrollo de las operaciones requeridas para dar comienzo a la Puesta en Marcha del modelo.

SUBSISTEMA: CAPACITACIÓN

Comprende las actividades relacionadas a planificar y organizar las capacitaciones del modelo de sistema agroturístico, las cuales serán dirigidas a los agricultores, ganaderos, artesanos principalmente; para dar a conocer aspectos importantes respecto al agroturismo como un medio generador de beneficio económico y social a través de actividades turísticas complementarias.

SUBSISTEMA: PROMOCIÓN

La promoción incluye dar a conocer las ventajas y beneficios de preferir un turismo alternativo, como lo es el agroturismo a través del desarrollo de diversas actividades de Promoción.

SUBSISTEMA: PUESTA EN MARCHA

Es la realización de una prueba Piloto de la Puesta en Marcha del modelo a través de la cual se logrará una retroalimentación para el buen funcionamiento de la asociación.

d. Descripción de paquetes de trabajo

Cuando se han establecido los Subsistemas, cada subsistema tendrá bajo su responsabilidad el desarrollo de Paquetes de Trabajo, que son el conjunto de actividades a realizarse para alcanzar los objetivos trazados por cada subsistema.

Estas actividades a realizarse se pueden englobar a su vez en macro Actividades para tener una mejor idea de la estructuración de las actividades y la designación de los responsables que las ejecutarán.

Los Paquetes de Trabajo que pertenecen a cada Subsistema se detallan a continuación con sus respectivas macro actividades.

SUBSISTEMA: INTEGRACIÓN

PAQUETES DE TRABAJO

A. NOMBRAMIENTO DE SOCIOS Y CONFORMACIÓN DE LA ASOCIACIÓN

B. TRAMITACIÓN LEGAL

- i. Elaboración de la Documentación para la Legalización de la asociación

- ii. Realización de trámites de Documentación de la asociación
 - a. Tramitación de registro del IVA
 - b. Tramitación de Crédito Fiscal y facturas
 - c. Tramitación de Registro en el ISSS

- iii. Aprobación del Sistema Contable

SUBSISTEMA: FINANCIAMIENTO

PAQUETE DE TRABAJO

A. SELECCIÓN DE ALTERNATIVAS DE FINANCIAMIENTO Y APROBACIÓN

- i. Presentación de Tasas de Interese sobre el Financiamiento
- ii. Evaluación y Selección de la Mejor alternativa
- iii. Gestionamiento para el Financiamiento

SUBSISTEMA: ADQUISICIÓN DE INSTALACIÓN Y EQUIPAMIENTO

PAQUETE DE TRABAJO

A. EVALUACIÓN Y SELECCIÓN DE LA INSTALACIÓN

- i. Evaluación de las diferentes alternativas, selección y alquiler del terreno

B. EQUIPAMIENTO

- i. Cotización del equipo
- ii. Evaluación y Compra del equipo de mayor conveniencia
- iii. Acondicionamiento del Lugar

SUBSISTEMA: CAPACITACIÓN

PAQUETE DE TRABAJO

A. REQUISITOS DE LOS INTERESADOS

- i. Inventario de atractivos
- ii. Inventario de facilidades

B. DISEÑO DE MÓDULOS DE CAPACITACIÓN

- iii. Planificación de la capacitación
- iv. Programación de la capacitación por módulos

C. EJECUCIÓN DE LA CAPACITACIÓN

SUBSISTEMA: PROMOCIÓN

PAQUETE DE TRABAJO

A. ESTABLECIMIENTO DE LA COBERTURA DE LA PUBLICIDAD

- i. Determinar posibles formas de Publicidad

- ii. Establecimiento de cobertura Geográfica

B. COTIZACIÓN DE PRECIOS DE PUBLICIDAD

- i. Evaluación y selección de Publicidad

D. DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE VENTA

- v. Establecer formas de atención al cliente
- vi. Determinar Estrategias de Introducción del Producto Agroturístico

SUBSISTEMA: PUESTA EN MARCHA

PAQUETE DE TRABAJO

A. PRUEBA PILOTO

- i. Diseño de Prueba
- ii. Realización de Prueba Piloto

B. EVALUACIÓN CORRECCIÓN Y MEJORA DE ASPECTOS TÉCNICOS.

- i. Revisión y Corrección.

d. Programación de actividades para la implementación de la Asociación

No.	DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES	DURACIÓN (DÍAS)	PRECEDENCIA
<u>TRAMITES INICIALES</u>			
LEGALIZACIÓN DE LA ASOCIACIÓN			
1	Conformación de miembros de la asociación	5	
2	Elección de junta directiva	3	1
3	Contratación de un abogado	2	2
4	Elaboración de escritura Pública de constitución de la asociación	2	3
5	Inscripción en el Centro nacional de Registros o sección de comercio.	5	4
6	Obtención del número de contribución tributaria	2	5
7	Obtención del número de registro único de contribuyente	4	6,5
8	Registro en la Alcaldía del domicilio de la asociación	5	6,7
9	Obtención de la solvencia municipal.	5	8
10	Obtención de la matricula de comercio	4	5
11	Legalización del sistema contable de la asociación y Legalización de libros contables	8	10
12	Inscripción de la asociación en el Ministerio de Trabajo y Previsión Social	5	9
13	Inscripción de la asociación en el ISSS y AFP	5	12
FINANCIAMIENTO			
14	Indagación , presentación y selección de tasas de interés y monto sobre el financiamiento	3	2, 4
15	Gestión para el financiamiento	5	14
16	Obtención del crédito	15	15
<u>EQUIPAMIENTO</u>			
COTIZACION DEL EQUIPO Y MATERIALES			

17	Cotización de Mobiliario y equipo de oficina	5	15
----	--	---	----

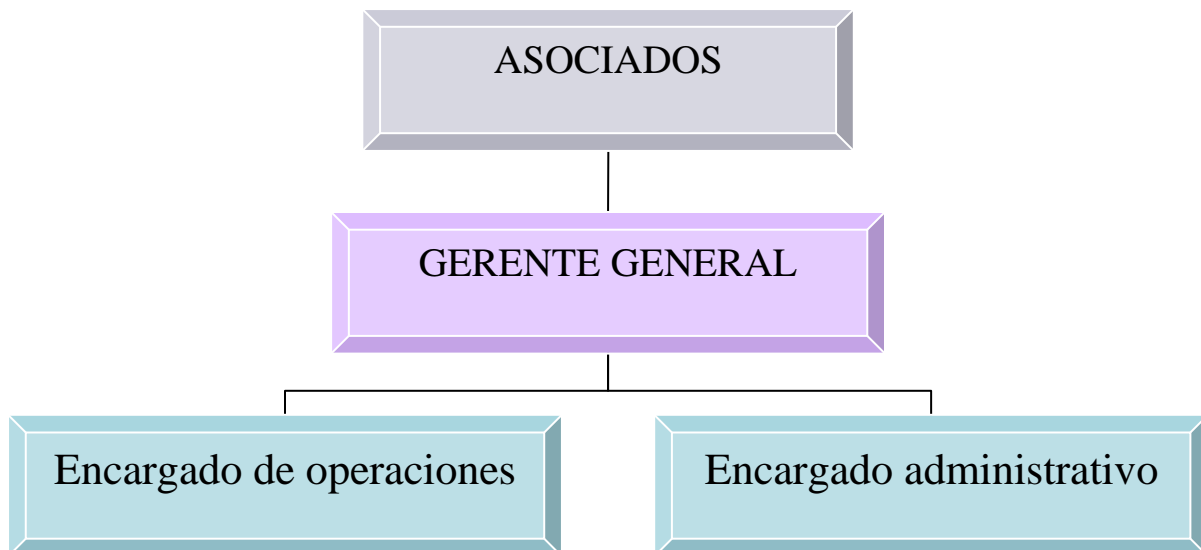
18	Selección de los proveedores para el equipo de oficina y mobiliario	2	17
ADQUISICION DE LA MAQUINARIA Y EQUIPO, MATERIA PRIMA Y MATERIALES			
19	Compra del equipo	15	17,18
20	Acondicionamiento del lugar	4	19
<u>CAPACITACION</u>			
PERSONAL DEL PROCESO PRODUCTIVO			
21	Evaluación de puestos y funciones	2	2
22	Planificación de capacitación	8	2
23	Realizar entrevistas de trabajo	5	2
24	Selección del personal	3	21
PERSONAL PARA LA UTILIZACION DE EQUIPO ESPECIAL			
25	Planificación de capacitación	2	2
26	Selección de personal	2	21
<u>PROMOCION</u>			
PLANIFICACION DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA			
27	Establecer el mensaje principal de la campaña	4	16
28	Investigar los medios para la difusión del mensaje	3	34
SELECCIÓN DE LOS MEDIOS Y EJECUSION			
29	Elegir los medios adecuados para difundir el mensaje	2	34
30	Poner en marcha la campaña	2	34
<u>PUESTA EN MARCHA</u>			
PRUEBA PILOTO			
31	Diseño de la prueba piloto	15	26
32	Realización de la prueba piloto	5	26,27,31
CORRECCIONES Y PUESTA EN MARCHA			
33	Revisión y corrección de aspectos técnicos.	3	32
34	Entrega de proyecto operando		41

f. Diseño de la Organización

Para lograr la implantación del modelo de sistema agroturístico, se debe contar con una organización que facilite el desarrollo de las actividades y que además se encargue de la gestión de los recursos para la implantación de cada uno de los sistemas.

La organización propuesta debe contar con el personal idóneo que permita una implantación efectiva y eficiente, por lo que a continuación se presenta la estructura organizativa de implantación.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA PARA LA IMPLANTACIÓN DEL PROYECTO.



Para asegurar un buen funcionamiento y aplicación de los diseños de propuestas, es necesaria la participación de personal especializado o con conocimientos en cada función de la asociación.

Los responsables de la implantación serán: El Gerente General, Encargado de operaciones y Encargado administrativo.

Más adelante se presentara los perfiles que se requieren de cada una de las personas que conformaran la implantación.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES

Para la implementación del proyecto es necesario contar con las siguientes funciones:

Asociados: son los encargados legales de la asociación para cualquier asunto de índole legal y/o jurídica que se necesite hacer en la empresa.

GERENTE DE PROYECTO: Será el responsable de Coordinar y Dirigir cada uno de los subsistemas a través del abogado, el contador y el encargado del proyecto, los cuales serán los responsables directos de el desarrollo de los Subsistemas.

El Gerente del Proyecto será el responsable de darle seguimiento al cumplimiento de los Objetivos incluidos dentro de los Subsistemas, que serán los que contribuirán al cumplimiento del Objetivo General.

ENCARGADO DE OPERACIONES: es el responsable de velar por el funcionamiento de toda el área operativa de la implementación, equipamiento y puesta en marcha.

ENCARGADO DE ADMINISTRACIÓN: es el responsable con lo relacionado a la administración de recursos humanos y financieros, también esta comprometido con llevar a cabo los tramites para obtener la legalización de la asociación.

g. Matriz de Responsabilidades

La Matriz de Responsabilidades son cuadros de doble entrada en los cuales se cruzan los nombres de las unidades organizacionales responsables del proyecto contra el listado de tareas por hacer. Para esto se hace uso de una clave o letra en la Intersección de cada cargo y cada actividad, indicando el tipo de responsabilidad específica de cada cargo respecto a esa tarea.

La Matriz de Responsabilidad es de mucha importancia para el diseño en detalle de la implantación y constituye un instrumento valioso como complemento de la descripción de

responsabilidades de cada cargo. El uso de este instrumento se justifica por la naturaleza transitoria de la organización para la ejecución del proyecto de implantación del modelo.

Para el desarrollo de esta matriz se definen a continuación las funciones principales a llevar a cabo por los responsables del proyecto.

- ⇒ Planeación (P): Son todas las tareas o actividades orientadas hacia el cumplimiento de objetivos y metas. Esto incluye la previsión, comprobación y regulación del tiempo que se ha invertido en las operaciones que componen el proyecto.
- ⇒ Organización (O): La Organización es la distribución de los Recursos para el desarrollo de las diferentes actividades que se ejecutarán dentro de la implantación del modelo de sistema agroturístico.
- ⇒ Dirección (D): La Dirección consiste en indicar el camino a seguir, la Metodología o procedimiento para el desarrollo de las diferentes actividades que se ejecutarán dentro de la implantación del proyecto.
- ⇒ Ejecución (E): La Ejecución se lleva a cabo a partir de una previa Planificación, Organización y Asignación de Recursos. La ejecución consiste en la realización de las actividades según la asignación de Recursos.
- ⇒ Controlar (C): Son las actividades involucradas en el monitoreo, supervisión y evaluación de tareas planificadas.

A continuación se presenta el Cuadro Matriz Responsabilidades en donde se presentan las actividades necesarias para la implantación del proyecto y los responsables de su ejecución.

No	DESCRIPCIÓN DE TODAS LAS ACTIVIDADES	ASOCIACIÓN	GERENTE DEL PROYECTO	ENCARGADO DE OPERACIONES	ENCARGADO ADMINISTRATIVO
	<u>TRAMITES INICIALES</u>				
	LEGALIZACIÓN DE LA ASOCIACIÓN.				
1	Conformación de miembros de asociación	P, O, D			
2	Elección de junta directiva	D, E,			
3	Contratación de un abogado	E,C			
4	Elaboración de escritura Pública de constitución de la asociación	E,C			
5	Inscripción en el Centro nacional de Registros o sección de comercio.	E			
6	Obtención del número de contribución tributaria	E			
7	Obtención del número de registro único de contribuyente	E			
8	Registro en la Alcaldía del domicilio de la asociación	E			
9	Obtención de la solvencia municipal.	E			
10	Obtención de la matricula de comercio	E			
11	Legalización del sistema contable de la asociación y Legalización de libros contables	E			
12	Inscripción de la asociación en el Ministerio de Trabajo y Previsión Social	E			
13	Inscripción de la asociación en el ISSS y AFP	E			

No	DESCRIPCION DE TODAS LAS ACTIVIDADES	ASOCIACIÓN	GERENTE DEL PROYECTO	JEFE DE OPERACIONES	JEFE ADMINISTRATIVO
	FINANCIAMIENTO				
14	Indagación , presentación y selección de tasas de interés y monto sobre el financiamiento	O,D	E		
15	Gestión para el financiamiento		E		
16	Obtención del crédito		E		
	<u>EQUIPAMIENTO</u>				
	COTIZACION DEL EQUIPO Y MATERIALES				
17	Cotización de Mobiliario y equipo de oficina		O, D	P, E	
18	Selección de los proveedores para el equipo de oficina y mobiliario		D	E	
	ADQUISICION DEL EQUIPO Y MATERIALES				
19	Compra de equipo		D	E	
20	Acondicionamiento del lugar			E	
	<u>CAPACITACION</u>				
	PERSONAL DEL PROCESO PRODUCTIVO				
21	Evaluación de puestos y funciones	C	P,O		E
22	Planificación de capacitación		P,O		E
23	Realizar entrevistas de trabajo				O, E

24	Selección del personal				D, E
	PERSONAL PARA LA UTILIZACION DE EQUIPO ESPECIAL				
25	Planificación de capacitación	O		P, D	
26	Selección de personal				
	<u>PROMOCION</u>				
	PLANIFICACION DE LA CAMPAÑA PUBLICITARIA				
27	Establecer el mensaje principal de la campaña	C	C	O, P	
28	Investigar los medios para la difusión del mensaje	C	D	P	
	SELECCIÓN DE LOS MEDIOS Y EJECUCION				
29	Elegir los medios adecuados para difundir el mensaje	C	C	D	
30	Poner en marcha la campaña				
	<u>PUESTA EN MARCHA</u>				
	PRUEBA PILOTO				
31	Diseño de la prueba piloto	C	C	P	D, E
32	Realización de la prueba piloto				E
	CORRECCIONES Y PUESTA EN MARCHA				
33	Revisión y corrección de aspectos técnicos.			C	P, D, E
34	Entrega de proyecto operando			E	

4. Capacitación para los interesados

1. INTRODUCCIÓN.

La guía de capacitación dirigida a los interesados tiene como finalidad, servir de instrumento al capacitador en su función de transmitir los conocimientos teóricos sobre el agroturismo, organización, procedimientos de tramites legales, presentación del “Modelo de sistema agroturismo”, con todos los demás elementos necesarios, es decir que debe considerarse que esta capacitación representa el proceso mediante el cual se prepara a los pequeños y medianos agricultores para desarrollar el modelo de asociación agroturística, y así adquieran conocimientos, destrezas y habilidades, logrando fomentar en ellos una visión empresarial que les permita aspirar a mejores condiciones.

Para lograr este objetivo las capacitaciones se impartirán en tres etapas, la primera se centra en la presentación del modelo de asociación, aspectos del agroturismo y organización agroturística; la segunda etapa se refiere a los procedimientos de legalización de una empresa y formas de financiamiento para finalizar la tercera etapa referente a la empresa prestadora de servicio agroturístico con todos los subsistemas necesarios para su buen funcionamiento.

Esta guía permitirá llevar un control sobre la temática a desarrollar, así como la consideración de los recursos y elementos necesarios para el desarrollo de la capacitación.

Además se presentan tópicos para el planeamiento de las capacitaciones, los cuales le pueden servir al capacitador para ajustar la programación de acuerdo a las condiciones de la zona donde se impartirá, y de esta manera garantizar una buena capacitación en donde los recursos y el medio le faciliten darse a entender con los interesados.

2. OBJETIVOS

a. Objetivo general.

Dar a conocer a los interesados todos los aspectos que sean necesarios para que estos puedan desarrollar el modelo de sistema agroturístico, de tal manera que les permita obtener mejores beneficios.

b. Objetivo específico.

- ✓ Proporcionar lineamientos que sirvan para el planteamiento de la capacitación, de manera que permita transmitir en forma eficiente en cada una de las etapas de la misma.
- ✓ Establecer la propuesta de contenido de la capacitación en cada una de las etapas que la componen.
- ✓ Identificar los recursos necesarios a utilizar en las diferentes etapas de desarrollo de la capacitación.

3. PLANTEAMIENTO DE LA CAPACITACION.

Para organizar en forma adecuada una capacitación, deben considerarse diversos puntos de los que depende su mayor o menor éxito. El planear adecuadamente las condiciones de la reunión produce un desarrollo sin tropiezos y la complacencia de los asistentes. Principalmente hay que preocuparse de la materia por tratar, del papel de los participantes, del medio físico en la que se presentara el tema. El tiempo destinado al planeamiento debe de considerarse siempre bien empleado, pues una pequeña mejora en las reuniones es muy significativa en términos de costo beneficio.

Para desarrollar el planeamiento de la capacitación es importante tener en cuenta que las condiciones del medio pueden variar de una zona a otra. Por lo que hay que ajustar la capacitación a cada una de ellas tomando en cuenta los siguientes aspectos:

- a. **Análisis y determinación del público:** analícese las características sociales, psicológicas, económicas, y de educación del público que asistirá para adaptar a ello todos los aspectos de la reunión.
- b. **Clarificación de los objetivos de la reunión:** los objetivos deben relacionarse con los propósitos del programa de extensión. Conviene incluir objetivos en la citación o darlos a conocer en los anuncios de la reunión.
- c. **Lugar de reunión:** este debe de estar en relación con la clase y número de personas por reunirse y a tono con el tema. Hay que preocuparse de la comunidad de los asistentes, es decir, de la iluminación, ventilación, acústica, temperatura, etc. del local.
- d. **Selección del día y hora apropiada:** la gente prefiere reunirse a determinados días y a ciertas horas, y estas costumbres por lo general varían de lugar a otro, por lo que se debe considerarse el horario según las condiciones de la zona.
- e. **Elección y adiestramiento del presidente o jefe de la reunión:** esta persona debe tener en condiciones para explicar lo objetivos, habilidad para interpretar y resumir, presentar personajes y orientar a la concurrencia en la obtención de decisiones cuando sea necesario. No debe ser indiferente ni indeciso. Debe gozar de la simpatía y confianza de la audiencia, ser paciente y tolerante.

4. RESPONSABLE DE IMPARTIR LA CAPACITACION.

Las entidades que podrían impartir la capacitación a los interesados podemos mencionar:

- a. **MAG (Ministerio De Agricultura Y Ganadería):** esta institución del gobierno posee programas encaminados a dar valor agregado a los cultivos tradicionales y no tradicionales en el departamento de Chalatenango, mediante los cuales pueden contribuir a al desarrollo del agroturismo.
- b. **MARN (Ministerio Del Medio Ambiente Y Recursos Naturales):** este organismo del gobierno posee programas de educación sobre como mantener, convivir y mejorar el medio ambiente que nos rodea.
- c. **ISTU, CORSATUR (Instituto Salvadoreño de Turismo y Corporación Salvadoreña de Turismo)** estas entidades poseen programas de desarrollo turístico, por lo que su

experiencia ayudará a los interesados a darles una visión de turística a sus actividades económicas.

La realización directa de las capacitaciones en cada zona esta bajo la responsabilidad del encargado de proyecto o del que la institución considere conveniente, cada una de las entidades deberá facilitar el personal especializado que se requiere para algunas capacitaciones en donde el encargado del proyecto desconozca de los contenidos, debiendo este previamente, hacer la solicitud a dicha institución. Es importante considerar que esta propuesta de capacitación puede ser impartida por cualquier otra institución gubernamental o no, que esta interesada en el desarrollo del agroturismo.

5. ROL SUGERIDO PARA LOS CAPACITADORES.

El capacitador es el mediador del proceso de enseñanza vinculado directamente con el aprender practicando. Convirtiéndose en la guía y orientador permanente en las practicas realizadas por los capacitados. La relación que debe de existir entre el capacitador y el capacitando debe ser de cordialidad, respeto, comunicación democrática y participativa.

a. Perfil sugerido.

- ♣ Habilidad para transmitir los conocimientos.
- ♣ Habilidad para comunicarse.
- ♣ Capacidad de liderar grupos.
- ♣ Poseer ética profesional.
- ♣ Respeto de la opinión ajena.
- ♣ Dominar el tema a impartir.

b. Entre las actividades que debe realizare están:

- ♣ Planificar el desarrollo de los contenidos de cada etapa.
- ♣ Llevar el control sobre los recursos humanos y materiales a utilizar en al capacitación.

- ♣ Preparar el material didáctico adecuado y sencillo, de manera que facilite la comprensión de lo impartido a los inversionistas.
- ♣ Los capacitadores deberán estar sometidos a un proceso permanente de capacitación en formación técnica y pedagógica que les permita estar actualizados en el desarrollo de la temática que impartirá
- ♣ El capacitador deberá realizar ejercicios prácticos para facilitar la comprensión de los capacitados, permitiéndoles que estos expongan sus inquietudes.

6. PERFIL SUGERIDO PARA LOS CAPACITADOS.

- a. Que sea pequeño o mediano inversionista.
- b. Posea conocimientos básicos de lectura y escritura.
- c. Preferencia por trabajo en equipo.
- d. Experiencia en obtención de créditos bancarios (no indispensable).
- e. Condiciones físicas adecuadas.
- f. Disponibilidad y colaboración.

7. CONTENIDO DE LA CAPACITACION.

El desarrollo del sistema de capacitación esta diseñado para impartirse en tres a cuatro días, la jornada diaria de trabajo y el tiempo sugerido para el desarrollo de cada tema se presenta por contenido y a la par del tema respectivamente. Toda la capacitación se desarrollara entre etapas a impartirse en diferentes momentos, en donde cada uno de los respectivos recursos materiales y humanos. Los contenidos propuestos por etapa de la capacitación están agrupados de acuerdo a las áreas claves para la formación de la empresa. Se detallaran a continuación los respectivos objetivos y contenidos por etapa de desarrollo de la capacitación.

a. Etapa I. Presentación del modelo.

i. Objetivos

- Dar a conocer a los interesados el concepto y ventajas de las asociaciones agroturísticas, como alternativa de rentas complementarias a sus actividades económicas
- Transmitir a los interesados los elementos de organización empresarial para que se sientan motivados a adoptar una forma de trabajar sus actividades o servicios.
- Presentar a los interesados el modelo de sistema agroturístico
- Dar a conocer a los inversionistas las diferentes formas de participación en la asociación.

ii. Contenido específico.

Para el desarrollo de la primera etapa se propone una jornada de 8:30 a.m. a 2:30 p-m., dejando una hora para almuerzo y descanso, los temas a tratar están directamente relacionados con aspectos de la asociación agroturística, organización empresarial y presentación de la asociación, en esta etapa los capacitados serán todos aquellos interesados que han sido invitados personalmente o que se han enterado por cualquier otro medio, encontrándose estos con curiosidad o interesados en el proyecto. El tiempo propuesto para el desarrollo de los contenidos de esta etapa es un día.

El contenido es el siguiente:

- ♣ Las asociaciones agroturísticas y el desarrollo rural (1 hora).
- ♣ El agroturismo: una alternativa al desarrollo rural. (1 hora).
- ♣ Organización empresarial (1 hora y media).
 - Concepto
 - Tipos de organización y sus respectivas ventajas y desventajas.
 - Motivación empresarial.
- ♣ Presentación del “Modelo de Sistema Agroturístico”

- En que consiste
- Perfil del empresario (a quien esta dirigida).
- Formas de participación en el proyecto.

b. Etapa II. Legalización de la empresa.

i. Objetivos

- Dar a conocer a los interesados todos los elementos necesarios para que se legalicen como asociación
- Dar a conocer a los interesados las diferentes alternativas de financiamiento.
- Proporcionar a los inversionistas todos los elementos necesarios para que puedan obtener financiamiento.

ii. Contenido específico.

Para el desarrollo de la segunda etapa se propone una jornada de 8:30 a.m. a 12:00 meridiano, dejando 30 minutos para un descanso. Los contenidos a desarrollar en la segunda etapa están dirigidos a los interesados decididos en adoptar el modelo de asociación como alternativa para mejorar sus condiciones de vida. Los temas a impartir están referidos a los procedimientos que deben seguir los interesados para asociarse y legalizar la asociación, además de mostrar el procedimiento que deben de seguir ara obtener el financiamiento. El tiempo propuesto para el desarrollo de los contenidos de esta etapa es un día.

El contenido es el siguiente:

- ♣ Pasos para legalizar una empresa (1 hora 45 minutos)
 - Legalización de la asociación
- ♣ Formas de financiamiento: (1 hora 45 minutos)
 - Capital propio.
 - Crédito. Concepto, clasificación y pasos para obtener financiamiento.
 - Donación.

c. Etapa III. Modelo de sistema prestador de servicios agroturístico.

i. Objetivos

- Proporcionar una preparación a los interesados del funcionamiento general y específicos de los subsistemas del modelo
- Enseñar a los interesados como determinar el tamaño del paquete agroturístico y el tamaño del modelo
- Capacitar a los agricultores para que puedan realizar la planificación de los recursos necesario para la prestación de los servicios.

ii. Contenido específico.

Para el desarrollo de la tercera etapa se propone dos días de capacitación con una jornada de 8:30 a.m. a 3:30 p.m. dejando 30 minutos de descanso y una hora para almuerzo.

Esta última etapa de la capacitación está dirigida a la asociación ya legalizados o en trámites de obtener la legalización. El contenido que se impartirá estará directamente relacionado con todos los diferentes subsistemas que contienen el modelo de sistema.

El contenido es el siguiente:

- Desarrollo de servicios
- Control de calidad.
- Comercialización
- Contabilidad
- Organización

8. REQUERIMIENTOS PARA LA CAPACITACION.

a. Recursos humanos.

Capacitadores agropecuarios que pueden ser contratados en el MAG o instituciones interesadas a través de personal calificado (ISTU, CORSATUR, etc.).

b. Recursos materiales

Infraestructura.

La infraestructura necesaria para la capacitación se orienta a las necesidades de cada etapa, sin embargo no requiere de material didáctico pesado para realizar las prácticas, puede ser la casa de alguno de los interesados en el modelo, o en la casa comunal de la región donde se quiera implantar el modelo. Es importante tener en cuenta que la primera etapa el número esperado de participantes es grande (30 – 40 personas aproximadamente) y de acuerdo a ello se debe buscar las instalaciones físicas adecuadas, para la segunda etapa solo se cuenta con los interesados que se han decidido a formar parte del modelo, por lo que el espacio físico requerido es menor y el mismo puede ser para el desarrollo de la última etapa de la capacitación. Debe asegurarse que cualquier lugar seleccionado cuente con electricidad, buena ventilación, servicios sanitarios, iluminación y que facilite el suministro de agua potable para los participantes.

Material didáctico y equipo.

Equipo para reproducción de videos (televisión, VHS, u otros medios necesario que facilite la comunicación)

1 proyector de acetatos.

1 pizarra.

Mesa.

Papelería en general.

Marcadores.

Documento completo del modelo de empresa prestadora de servicios agroturisticos.

- anticipación al lugar o local en que se efectuara la reunión, nunca faltan detalles que deben arreglarse momentos antes de la reunión, ya que hay que hacer una revisión o inspección del local y de los preparativos.

- Asegurarse que todo el equipo y material por emplearse este en orden.
- Empezar la reunión a la hora exacta y terminarla según lo programado.

Dar a todos los asistentes oportunidad para hablar o intervenir. Hay gente que capta mas lentamente que otra y a esa debe dársele oportunidad de hacer preguntas o de que busquen ayuda en los descansos.

CONCLUSIONES

1. En Chalatenango se cuentan con los suficientes recursos, tales que permitan desarrollar iniciativas agroturística bajo ciertas condiciones, por lo cual se justifica que se realice el diseño del modelo de sistema agroturístico.
2. La agricultura es un rubro de la economía que ésta muy descuidada en el sentido de que no existen políticas de gobierno que permitan impulsarla. A través del diseño del modelo agroturístico es posible contribuir al desarrollo como se puede constatar en diversas experiencias que se han desarrollado en el extranjero.
3. Una de las razones que no permite que el departamento se desarrolle es la falta de organización y asociatividad, esto se puede constatar por el pequeño número de cooperativas encontradas en el departamento.
4. A través del agroturismo se alcanzará en el futuro un mayor grado de participación femenina y por consecuencia también se obtendrá un mayor grado de equidad de género.
5. El diseño de modelo de sistema agroturístico presentado en este documento está dirigido principalmente, a los pequeños y medianos agricultores de las zonas rurales de Chalatenango, pero puede ser retomado por cualquier inversionista interesado; que posea una actividad económica atractiva turísticamente y que también se dedique a las actividades agropecuarias en las zonas modelos.
6. El modelo de sistema agroturístico presenta una serie de guías para determinar con una mayor exactitud un inventario global de todas aquellas atracciones y facilidades que posea el lugar, de manera que no se necesite una gran inversión para la implementación, esto en consideración de los mismos interesados de la zona en el modelo.

7. Las guías que presentan el cálculo de costo no se han desarrollado por ser parte de la etapa económica financiera del documento, de manera que solo se completaron aquellos espacios que sean necesarios para la realización de los paquetes agroturísticos.
8. La organización esta diseñada de tal forma que pueda integrar a las personas interesadas en el desarrollo de agroturismo como actividad complementaria, a la vez que tendría representación en la junta directiva.
9. Las personas o instituciones que pretendan emplear el modelo tendrán la oportunidad de hacer inventarios de recursos naturales, actividades agropecuarias y facilidades mucho mas amplios y específicos, pues para ello es que se pretenden la realización de talleres con la participación de personas de la zona que pretendan participar de manera directa, pues son ellos los que mejor conocen los lugares donde quieran implementar el modelo.
10. El precio de venta de cada uno de los paquetes es menor que el precio que ofrecen algunos de los países latinoamericanos con respecto a esta clase de turismo, por lo que hace atractivo al modelo y llena las expectativas propuestas para las ganancias de los asociados del modelo.
11. Al analizar los resultados obtenidos en el calculo del Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno ($\$203,026.11 > 0.$, $89.27\% > 12.98\%$ respectivamente), podemos concluir que es recomendable invertir en el proyecto, pues están muy por encima de los valores mínimos requeridos para alcanzar factibilidad.
12. No obstante de nuestra recomendación de invertir, también hacemos notar que hay ciertos factores a los cuales es muy sensible el proyecto, como lo es el hecho de variaciones en los niveles de ventas, aumentos del costo de los servicios y reducción de los precios de ventas.

13. La asociación de una empresa prestadora de servicios agroturísticos promete ser un medio eficaz para favorecer y mejorar el nivel de vida de la buena cantidad de interesados; esto a medida que el modelo sea aplicado en las diferentes actividades económicas.

14. El efecto del impacto ambiental causado por el modelo de sistema agroturístico es muy leve como lo demuestra los resultados obtenidos en tal evaluación. Solamente los efectos causados al agua y al suelo son de carácter mínimos, los restantes rubros evaluados están dentro del rango de impactos insignificantes.

RECOMENDACIONES.

2. El modelo de sistema agroturístico puede emplearse no solo por agricultores, sino también para inversionistas u otras instituciones interesadas en invertir en el desarrollo rural.
3. para que el proyecto tenga éxito en cualquier región se recomienda que se ponga interés en la promoción y posean actividades económicas atractivas para el desarrollo del modelo, además de incluir en la etapa de capacitación se contemple las ventajas agronómicas, económicas y sociales del modelo.
4. se sugiere llevar a cabo el desarrollo de "La metodología de la macro y micro localización, ya que esta nos indica aquella zona más adecuada para el desarrollo del modelo donde se toma encuentra aquellos factores más importantes para un buen impulso del mismo.
5. Se recomienda que los asociados realicen una evaluación de los diferentes servicios que se van a incluir en los paquetes.
6. Para el diseño de la asociación propuesta se recomienda que la capacitación para dar a conocer el modelo sea directamente con las personas que atenderán directamente al turista
7. En el inicio de las operaciones de la asociación se recomienda utilizar el canal de comercialización directa con el turista; luego puede extenderse más el dar a conocer el producto utilizando intermediarios.
8. Buscar asesoría técnica para el mantenimiento del medio ambiente y la conservación de los recursos naturales de la zona.

BIBLIOGRAFÍA.

LIBROS:

- Administración. Una perspectiva
KOONTZ, Harold y WEIHRICH, Heinz.
México. McGraw – Hill. 1998

TESIS:

- “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD TECNICO ECONOMICO PARA LA CREACION DE MICROEMPRESAS AGROINDUSTRIALES EN SECTORES RURALES DE LA ZONA ORIENTAL DE EL SALVADOR”.
Andrés Omar Aguilar Méndez.
Universidad de El Salvador.
Ingeniería Industrial.
Febrero de 1998.
- “DISEÑO DE UN MODELO DE EMPRESA PRODUCTORA DE HARINA DE SORGO PARA LOS PEQUEÑOS Y MEDIANOS AGRICULTORES DE EL SALVADOR”.
Susy Yaneth Calderón Zaldaña.
Universidad de El Salvador.
Ingeniería Industrial.
Enero de 2001.
- “DIAGNOSTICO Y PROPUESTA DE SOLUCION PARA EL APROVECHAMIENTO AGROINDUSTRIAL DEL LIMON PERSICO EN EL SALVADOR”.
Maria Cecilia García Ventura.
Universidad de El Salvador.
Ingeniería Industrial.
Marzo de 2002.

DOCUMENTOS:

- “GUIA PARA AL ELABORACIÓN DE ESTUDIOOS DE FACTIBILIDADADA DE PROYECTOS ECO TURISTICOS”.
Rafael Luna Damaris Chávez.
Guatemala. Marzo 2001.
PROARCA/CAPAS
- XVII CONGRESO INTERAMERICANO DE TURISMO SECRETARIA PERMANENTE.
Organización de los estados americanos.
7-11 de abril de 1997
San José, Costa Rica.

REFERENCIAS INTERNET:

- www.surcotelevision.com.ar
- www.organizacion.de.la.cadena.de.valores.en.la.distribucion.turistica.htm
- www.info@prisma.org.sv
- www.prisma.org.sv
- www.acs-aec.org
- www.capas.org

GLOSARIO TECNICO

AGROTURISMO: actividad turística que se desarrolla en un espacio rural y que consiste en retornar al conocimiento del mundo rural, viviendo y participando de la cultura propia de sus habitantes, como respuesta al desarrollo de una sociedad moderna que cada vez está más alejado de sus tradiciones

DESARROLLO AGROTURISTICO: evolución del agroturismo a través de la creación o mejoramiento de ofertas turísticas en las zonas rurales de áreas geográficas determinadas.

DESARROLLO SOSTENIBLE: proceso que conduce al desarrollo económico, a la elevación de la calidad de vida y al bienestar social, sin agotar la base de los recursos naturales renovables en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus necesidades.

PRODUCTO AGROTURISTICO: conjunto de bienes y servicios necesarios para el desarrollo de actividades agro turística, por los cuales el turista es atraído a un lugar o región en particular.

TURISMO: son todas las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros.

TURISMO RURAL: es el conjunto de actividades turísticas que se realizan en los medios rurales y que se basan en las ventajas que presentan el entorno natural y humano específico de esas zonas. Pertenecen a esta categoría el ecoturismo, el turismo de aventura, el etnoturismo y el agroturismo.

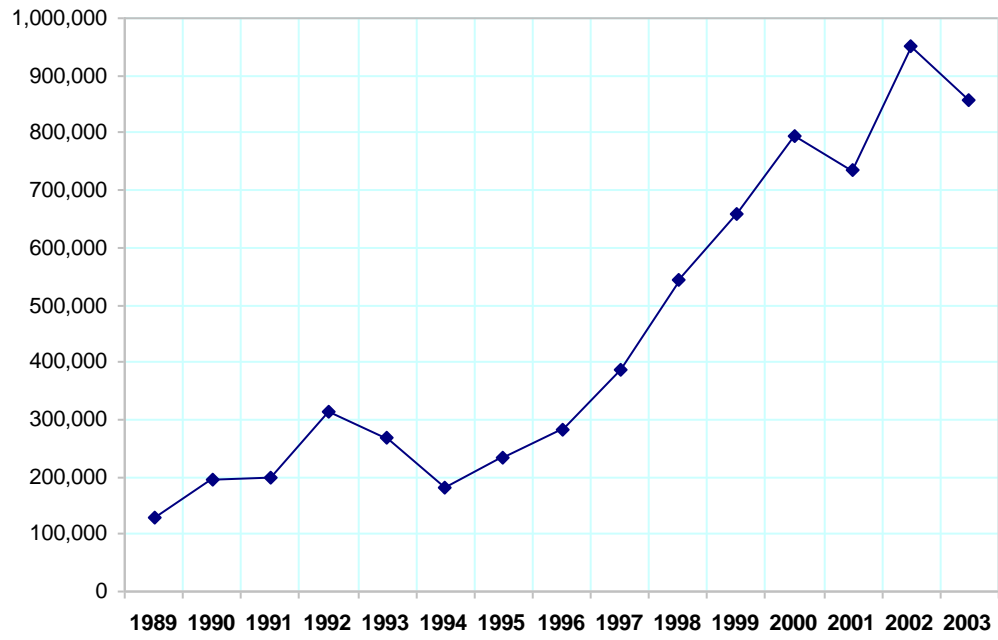
VISITACIÓN: cantidad de visitantes que concurren a un sitio o lugar determinado con fines de hacer turismo.

VISITANTE: persona que viaja por un periodo no superior a doce meses a un lugar distinto de su entorno habitual, ya sea dentro o fuera de su país de residencia y cuyo motivo principal de viaje no sea el de ejercer una actividad remunerada.

ANEXOS

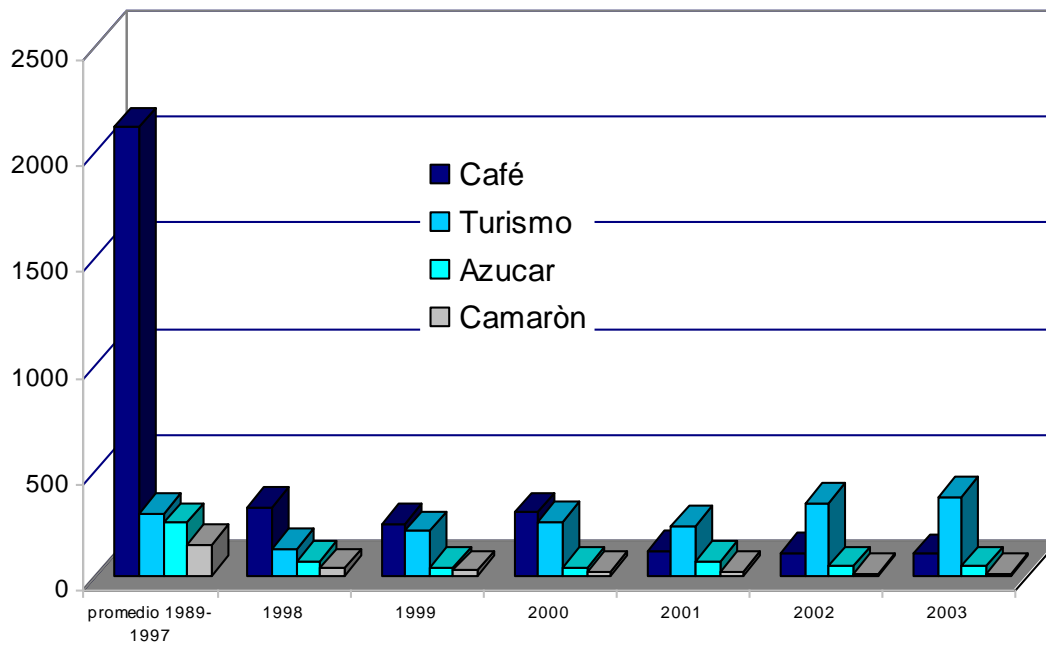
ANEXO 1

GRAFICO 1
SERIE HISTORICA DE LLEGADA DE TURISTAS



ANEXO 2

GRAFICO 2
INGRESOS POR TURISMO COMPARADO CON PRODUCTOS TRADICIONALES
DE EXPORTACIÓN. (US\$ Millones)



FUENTE: CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO – CORSATUR

ANEXO 3

ANEXO 4

ENCUESTA A PERSONAS INDIVIDUALES

El siguiente cuestionario esta orientado a personas individuales, con el propósito de recolectar información que sirva de base para analizar las condiciones de estos y establecer las posibilidades de la realización del modelo de sistema agroturístico.

1. ¿Podría decir cuantas personas se encuentran de acuerdo a su género trabajando con usted?

Femenino	Masculino
-----------------	------------------

2. ¿Cuál es el nivel de estudio de las personas a su cargo?

Primaria	Secundaria
Bachillerato	Universitario
Ninguna	

3. ¿Cuál es la forma de tenencia del lugar de trabajo de sus actividades?

Prestada	Alquilada
Propia	

4. ¿Actualmente con quienes trabaja en sus actividades económicas? _____
- _____
- _____

5. ¿Qué actividades agrícolas realiza, cual es cantidad que elabora, cual su espacio asignado, la tecnología que usa y los periodos de cosechas más importantes durante el año?

Actividades agrícolas			
No	Actividad	Espacio asignado	Periodo de cosecha
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			

6. ¿Qué actividades ganaderas realiza, cual es cantidad que elabora, cual su espacio asignado, la tecnología que usa y los periodos de cosechas más importantes durante el año?

Actividades ganaderas			
No	Actividad	No. De Cabezas	Espacio asignado
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			

7. ¿Qué otras actividades realiza, cual es cantidad que elabora, cual su espacio asignado, la tecnología que usa y los periodos de realización de esas actividades durante el año?

No	Actividad	Espacio asignado	Periodo de realización
1			
2			
3			
4			
5			
6			

8. ¿Qué otros tipos de asociaciones ha escuchado o tiene conocimiento que existan en el municipio?

Cooperativas		Mancomunidades	
Iniciativas comunales		Asociaciones de transporte	
Asociaciones artesanales		Asociaciones agropecuarias	
Otros		Asociaciones de ahorro y préstamo	

9. ¿Actualmente cual es su fuente de financiamiento para realizar sus actividades económicas?

Fondos propios		Prestamos	
-----------------------	--	------------------	--

Si la respuesta es fondos propios pase a la pregunta 12

10. ¿Qué instituciones financieras les facilita sus créditos cuando necesita hacer inversiones y porque la utiliza?

BFA	<input type="checkbox"/>	Bancos comerciales	<input type="checkbox"/>	Líneas BMI	<input type="checkbox"/>	Cajas de créditos	<input type="checkbox"/>
Donaciones	<input type="checkbox"/>	Familiares	<input type="checkbox"/>	Prestamistas	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>
Explique _____ _____							

11. ¿Qué tipo de créditos son los que les otorga?

Capital de trabajo	<input type="checkbox"/>	Infraestructura	<input type="checkbox"/>
Personal	<input type="checkbox"/>	Crédito agrícola	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

12. ¿Ha recibido ayuda de alguna institución?

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
-----------	--------------------------	-----------	--------------------------

(Si la respuesta es NO

pasar a la pregunta 15)

13. ¿Qué tipo de apoyo institucional ha recibido?

Asistencia técnica	<input type="checkbox"/>	Capacitaciones	<input type="checkbox"/>	Finanzas	<input type="checkbox"/>
Otras _____.					

14. ¿De que instituciones ha recibido este apoyo?

Gubernamental	<input type="checkbox"/>	No gubernamental	<input type="checkbox"/>
----------------------	--------------------------	-------------------------	--------------------------

15. ¿Estarían interesados en obtener un ingreso económico adicional al que recibe de sus actividades económicas?

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
-----------	--------------------------	-----------	--------------------------

16. ¿Sabe usted que a partir de sus actividades económicas pueden realizar turismo?

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
-----------	--------------------------	-----------	--------------------------

17. ¿Estaría dispuesto a un turismo a partir de sus actividades económicas?

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>
-----------	--------------------------	-----------	--------------------------

Si su repuesta es NO, porque _____

Si contesta NO, fin de la encuesta

18. ¿Qué otros medios adicionales cuenta para desarrollar una iniciativa de turismo a partir de sus actividades económicas?

Cuales _____

19. ¿Qué servicios podría brindar en el caso de que apoyara la iniciativa de turismo a partir de sus actividades económicas?

20. En caso de prestar servicios de casa habitable, ¿Cuántos días estaría dispuesto a hospedar a las personas?

21. ¿Cómo prefiriera trabajar en esta nueva actividad económica?

Asociado **Individual**

¿Por qué prefiere esa alternativa? _____

22. ¿Estaría dispuesto a recibir crédito de alguna institución para impulsar esta nueva actividad económica?

Si **No**

¿Por que? _____

ENCUESTA A LAS ASOCIACIONES ECONÓMICAS

El siguiente cuestionario esta orientado a asociaciones económicas, con el propósito de recolectar información que sirva de base para analizar las condiciones de estos y establecer las posibilidades de la realización del modelo de sistema agroturístico.

Asociación		Teléfono	
Municipio		Nombre	
Dirección		Cargo	

1. ¿Cuántos miembros integran la asociatividad?

01 - 05		11 - 15	
05 - 10		16 o mas	

2. ¿Podría decir cuantas personas se encuentran de acuerdo a su género en la asociación?

Femenino		Masculino	
Jóvenes			

3. ¿Cuál es el nivel de estudios de los asociados y cuantos hay en las siguientes categorías?

Primaria		Secundaria	
Bachillerato		Universitario	
Ninguna			

4. ¿Conoce la estructura organizativa actual de la asociación?

5. ¿Actualmente cual es su fuente de financiamiento para realizar sus actividades económicas?

Fondos propios		Prestamos	
-----------------------	--	------------------	--

6. ¿Qué instituciones financieras les facilita sus créditos cuando necesita hacer inversiones y porque la utiliza?

BFA		Bancos comerciales		Líneas BMI		Cajas de créditos	
Donaciones		Familiares		Prestamistas		Otros	

Explique _____

7. ¿Qué tipo de créditos son los que les otorga?

Capital de trabajo		Infraestructura	
Personal		Crédito agrícola	

Otros		
-------	--	--

8. ¿Cómo asociación ha recibido ayuda de alguna institución?

Si		No	
----	--	----	--

 (Si la respuesta es NO pasar a la pregunta 12)

9. ¿Qué otros tipos de asociaciones ha escuchado o tiene conocimiento que existan en el municipio?

Asociaciones		Mancomunidades	
Cooperativas		Asociaciones de transporte	
Iniciativas comunales		Asociaciones agropecuarias	
Asociaciones artesanales		Asociaciones de ahorro y préstamo	
Otros			

10. ¿Estarían interesados en obtener un ingreso económico adicional al que recibe de sus actividades económicas?

Si		No	
----	--	----	--

11. ¿Sabe usted que a partir de sus actividades económicas pueden realizar turismo?

Si		No	
----	--	----	--

12. ¿Estaría dispuesto a realizar turismo a partir de sus actividades económicas?

Si		No	
----	--	----	--

 Si contesta NO, fin de la encuesta.

Si su repuesta es NO, porque _____

13. ¿Qué otros recursos adicionales cuenta para desarrollar iniciativa de turismo a partir de sus actividades económicas?

Cuales

14. ¿Qué otros servicios podría brindar en el caso de que apoyara la iniciativa de turismo a partir de sus actividades económicas?

15. ¿Cuáles son los principales lugares turísticos en esta zona?

16. ¿Cómo prefiriera trabajar en esta nueva actividad económica?

Asociado	<input type="checkbox"/>	Individual	<input type="checkbox"/>
-----------------	--------------------------	-------------------	--------------------------

Por qué prefiere esa alternativa _____

17. ¿Estaría dispuesto a recibir crédito de alguna institución para impulsar esta nueva actividad económica?

Si	<input type="checkbox"/>	No	<input type="checkbox"/>	¿Por que? _____
-----------	--------------------------	-----------	--------------------------	-----------------

ANEXO 5

5. Tabulación y análisis de los resultados de las encuestas

a. Encuesta a personas individuales

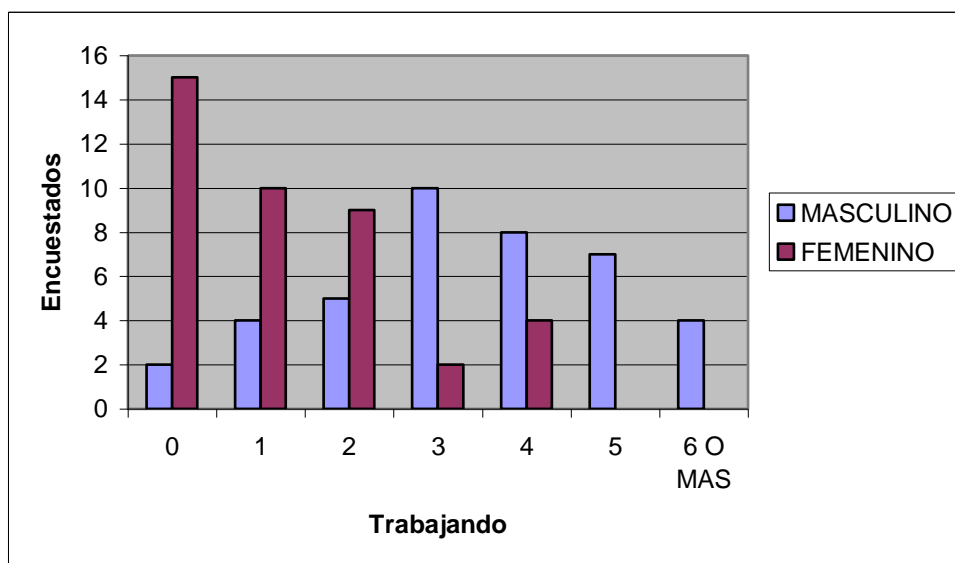
El siguiente cuestionario esta orientado a personas individuales, con el propósito de recolectar información que sirva de base para analizar las condiciones de estos y establecer las posibilidades de la realización del modelo de sistema agroturístico.

1. ¿Podría decir cuantas personas se encuentran de acuerdo a su género trabajando con usted?

OBJETIVO Determinar la participación de los géneros de la sociedad, en las actividades económicas de Chalatenango.

MASCULINO								
TRABAJANDO	0	1	2	3	4	5	6 O MAS	TOTAL
FRECUENCIA	2	4	5	10	8	7	4	40

FEMENINO								
TRABAJANDO	0	1	2	3	4	5	6 O MAS	TOTAL
FRECUENCIA	15	10	9	2	4	0	0	40

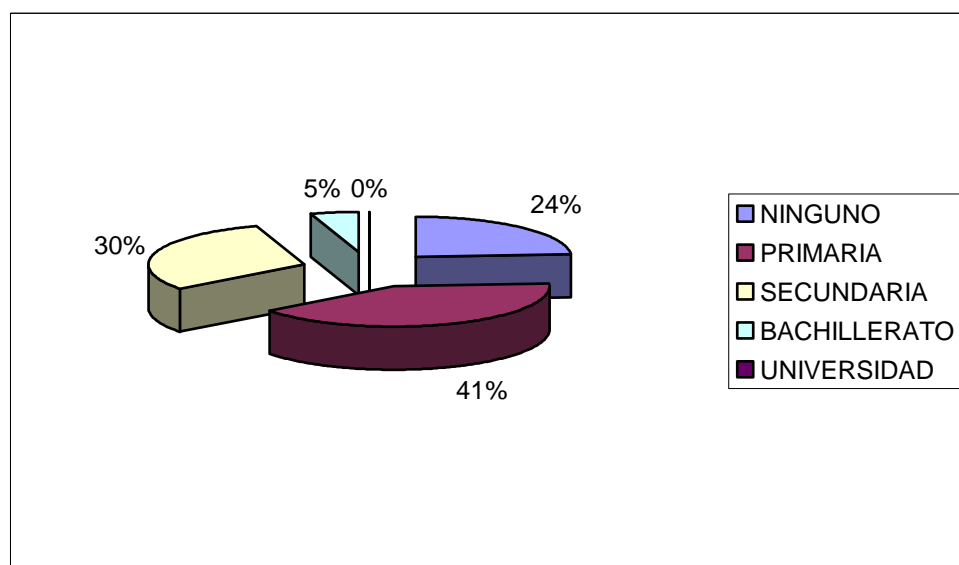


De la grafica se puede concluir que el promedio según su género que se encuentran trabajando es de 1 a 2 mujeres y de 3 a 5 hombres, por lo que la participación de la mujer en las actividades que se realizan en la zona es menor con relación a la participación del hombre.

2. ¿Cuál es el nivel de estudio de las personas a su cargo?

OBJETIVO: Conocer el nivel de educación de las personas entrevistadas y poder prever las participaciones necesarias a tomar en cuenta que adoptaran el modelo de sistema agroturístico.

NIVEL DE ESTUDIO	NINGUNO	PRIMARIA	SECUNDARIA	BACHILLERATO	UNIVERSIDAD
FRECUENCIA	44	75	56	9	0

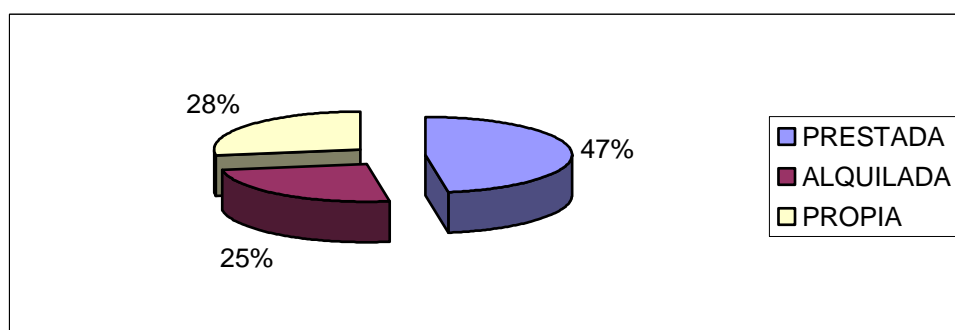


Según se puede observar el grado académico de las personas que realizan las actividades económicas en la zona se concentra entre primaria y secundaria con un 71%, los que no tienen ningún tipo de educación es del 24% y con un 5 % han estudiado hasta bachillerato. Se encontró que ninguna de las personas ha llegado a la universidad.

3. ¿Cuál es la forma de tenencia del lugar de trabajo de sus actividades?

OBJETIVO: Establecer la forma de tenencia del lugar de desarrollo de sus actividades, para poder determinar la participación y conceptualización del modelo

	PRESTADA	ALQUILADA	PROPIA
FRECUENCIA	19	10	11

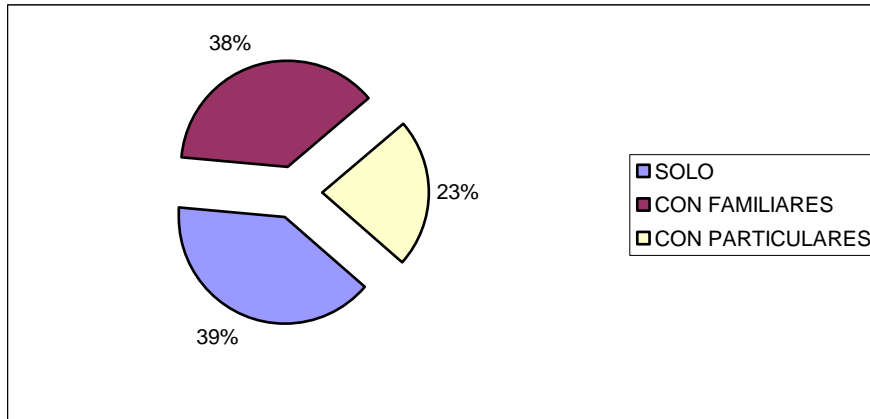


La forma de tenencia de la tierra se encuentra que el 47% se les ha prestado para que la trabajen, un 25% la alquila y un 28% la tierra es propia.

4. ¿Actualmente con quienes trabaja en sus actividades económicas?

OBJETIVO: Saber como es la participación de las personas con las que realiza sus actividades para ver la amplitud del beneficio del modelo

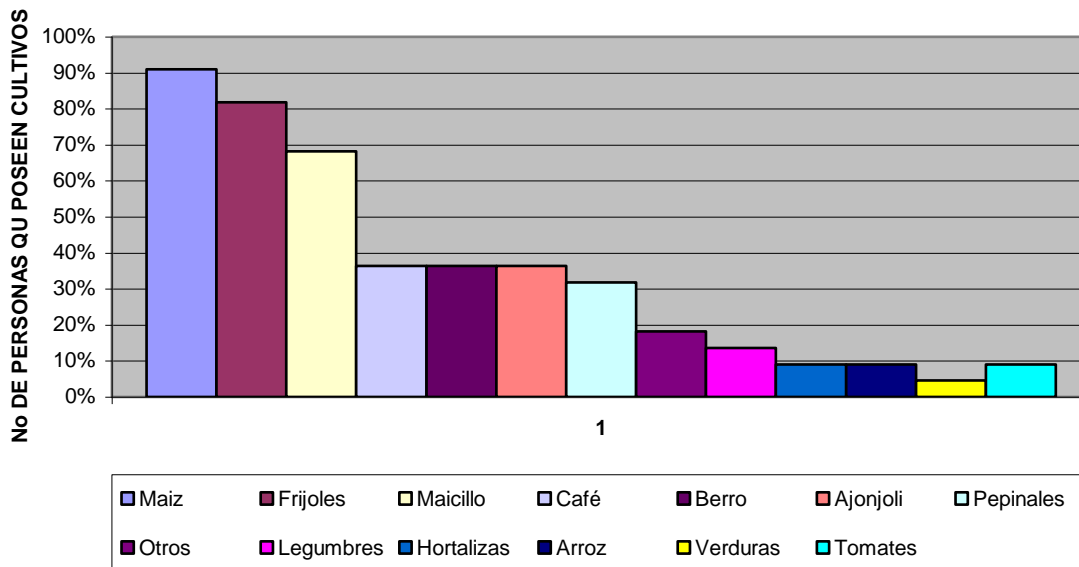
	SOLO	CON FAMILIARES	CON PARTICULARES
FRECUENCIA	16	15	9



Como puede observarse de los entrevistados el 77% realiza sus actividades solas o con familiares, un porcentaje menor realiza sus actividades económicas con particulares.

5. ¿Qué actividades agrícolas realiza, cual su espacio asignado y los periodos de cosechas más importantes durante el año?

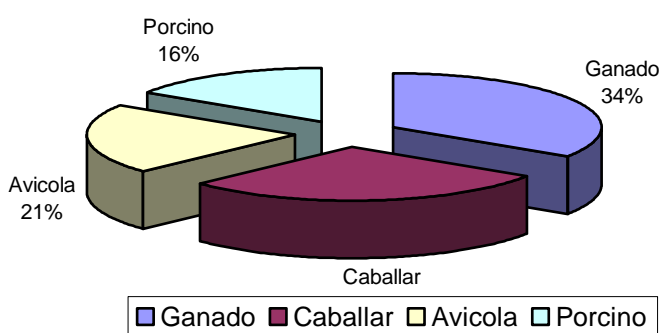
OBJETIVOS: Establecer las actividades agrícolas principales que realiza la persona para poder conceptualizar el diseño, así como saber los espacios asignados para los cultivos que realiza y determinar los periodos de cosecha para hacer un diseño para diferentes épocas del año.



Los cultivos más importantes en la zona modelo son el maíz con 90%, donde los encuestados dicen tener en promedio 3 manzanas para este cultivo que generalmente se da entre los meses de mayo y diciembre. El caso del fríjol con 80%, los encuestados dicen sembrar en promedio 1 manzana entre los meses de mayo-agosto o agosto-noviembre o en cualquier fecha. Para el maicillo con un 69%, manifestaron sembrar en promedio 2 manzanas entre los meses de octubre-marzo. Otros cultivos como el café, el berro y el ajonjolí con un 35% cada uno, poseen 4, 0.5 y 0.5 manzanas cultivadas respectivamente, dando entre los periodos de octubre y febrero el café, el ajonjolí entre los meses mayo-agosto o agosto-noviembre y el berro todo el año. Los otros cultivos que se dan en la zona modelo, se dan de manera diferente en el transcurso del año, además de que muchos de ellos se dan en combinación de los cultivos más importantes de la zona modelo.

6. ¿Qué actividades de crianza de animales realiza, cual es cantidad que posee, cual es el tipo que posee?

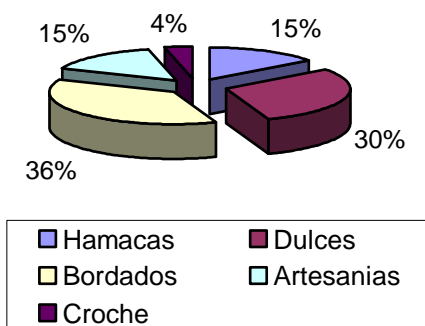
OBJETIVOS: Establecer las actividades de crianza de animales que realiza la persona, así como determinar cuanto es el número de animales que posee y conocer los tipos de crianza de animales, para poder conceptualizar el diseño.



Como se puede apreciar en el grafico el 34% de los entrevistados posee en promedio 14 cabezas de ganado, el 29% posee en promedio 5 cabezas de caballo, el 21% posee en promedio 26 aves y el 16% posee 4 cabezas de animales porcinos.

7. ¿Qué otras actividades realiza, cual es cantidad que elabora, cual su espacio asignado, la tecnología que usa y los periodos de realización de esas actividades durante el año?

OBJETIVOS: Establecer otras actividades que realiza la persona que posean atractivo turístico, así determinar cuanto es el número de cosas que realiza y conocer los espacios asignados que ocupa para la realización de sus actividades.

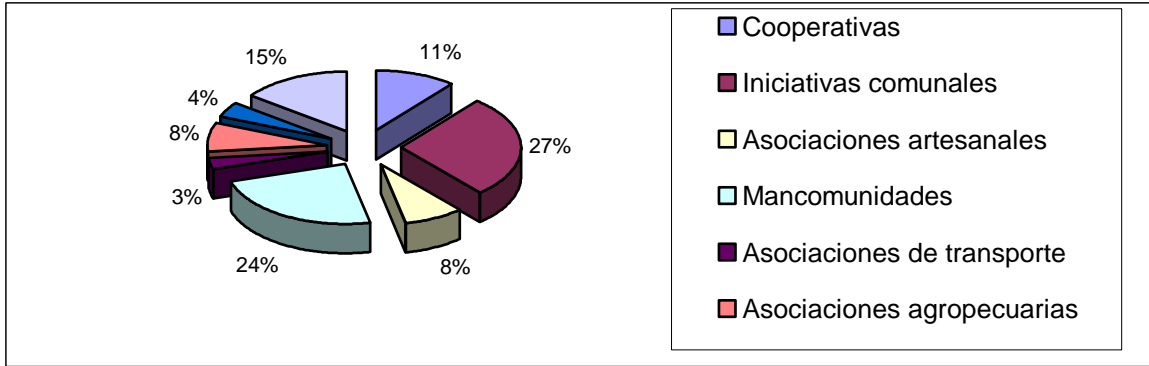


El 36% de los entrevistados manifestaron dedicarse a los que son los bordados artesanales, el 30% se dedica a la fabricación de dulces típicos, un 15% se dedica a la fabricación de artesanías y otro 15% se dedica a la fabricación de hamacas y tan solo un 4% se dedica a la elaboración de artículo de croché. Es importante mencionar que estas actividades se elaboran en un área de 2 cuartos en promedio, dependiendo de su casa.

8. ¿Qué otros tipos de asociaciones ha escuchado o tiene conocimiento que existan en el municipio?

OBJETIVOS: complementar algunos datos de otros tipos de organizaciones adicionales que se encuentren en las zonas modelo

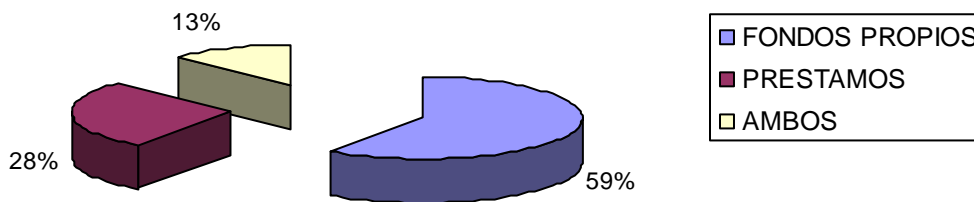
Cooperativas	Iniciativas comunales	Asociaciones artesanales	Mancomunidades	Asociaciones de transporte	Asociaciones agropecuarias	Asociaciones de ahorro y préstamo	Otros
11	28	8	24	3	8	4	15



En la zona de estudio se determinó que las iniciativas comunales con un 27% son las que tienen mayor presencia, una segunda con mayor presencia son las mancomunidades con un 24%, otras como ONG's, ADESCOS, Alcohólicos Anónimos, etc., están en tercer lugar con un 15%, las cooperativas son las que ocupan un cuarto lugar con un 11%, se determina que el 77% de la zona concentra este tipo de asociaciones.

9. ¿Actualmente cual es su fuente de financiamiento para realizar sus actividades económicas?

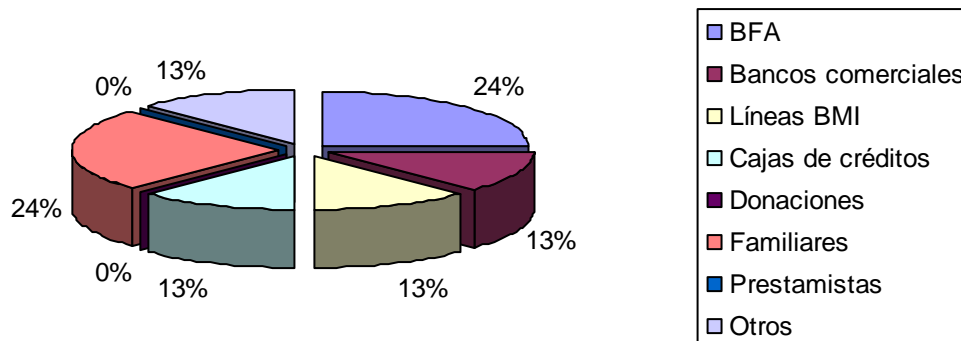
OBJETIVOS: Conocer la posibilidad de apoyo por parte de instituciones financieras para la expansión de las actividades económicas de encuestados.



De las personas entrevistadas un 59% trabaja con fondos propios, un 28% trabaja con préstamos y un 13% trabaja tanto con préstamos como con fondos propios.

10. ¿Qué instituciones financieras les facilita sus créditos cuando necesita hacer inversiones y porque la utiliza?

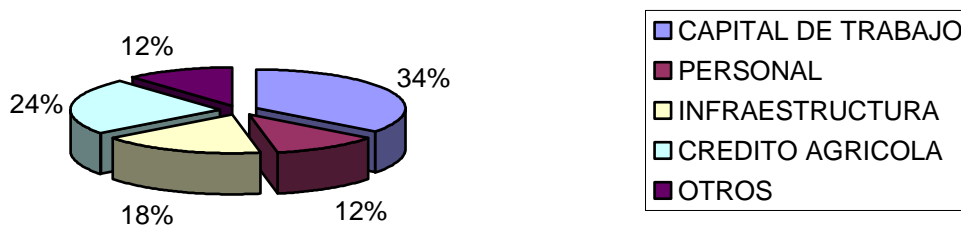
OBJETIVO: Conocer sobre las instituciones financieras mas utilizadas, establecer los vínculos que tienen con las instituciones financieras y conocer los motivos porque los utiliza



De las personas que contestaron que trabajan con prestamos el 48% realiza sus prestamos en el BFA y banca comercial (Agrícola, Cuscatlan, BanCo, etc.)m, ya que son los lugares mas conocidos por ellos y según ellos lo que menos intereses les cobra por los prestamos, el 52% concentra en igual porcentaje BMI, Cajas de Crédito, donaciones a través de ONG´s, Familiares a través de remesas familiares y prestamistas.

11. ¿Qué tipo de créditos son los que les otorga?

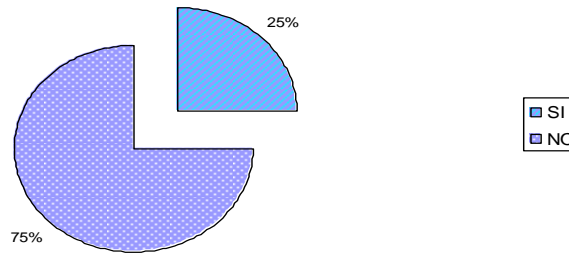
OBJETIVO: Indagar sobre cual es el nivel de crédito que posee la persona entrevistada..



Cuando la gente solicita un crédito un 34% es para capital de trabajo, 24% es crédito agrícola, un 18% es para infraestructura, un 24% es utilizado personalmente u otros fines.

12. ¿Ha recibido ayuda de alguna institución?

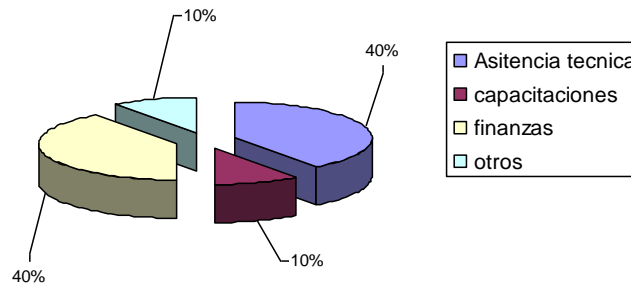
OBJETIVO: Conocer el apoyo que tiene la persona de instituciones no financieras



Un 75% de las personas no ha recibido ayuda de instituciones contra un 25% que ha recibido ayuda de cualquier tipo.

13. ¿Qué tipo de apoyo institucional ha recibido?

OBJETIVO: Indagar sobre las diferentes formas de ayuda que han recibido la persona.



Las asistencias institucionales más significativas son las de carácter técnica y financieras las cuales representan un 40% respectivamente, quedando en segundo plano capacitaciones y otros apoyos recibidos por las personas con un 10%.

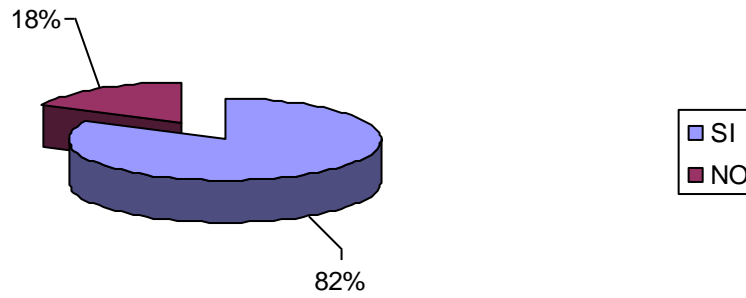
14. ¿De que instituciones ha recibido este apoyo?

OBJETIVO: Enlistar cuales son las instituciones que han ayudado a la asociación

Definitivamente el 100% de las ayudas que reciben las personas no son de carácter gubernamental. Queda claro que no hay ningún tipo de apoyo gubernamental para el sector agropecuario.

15. ¿Estarían interesados en obtener un ingreso económico adicional al que recibe de sus actividades económicas?

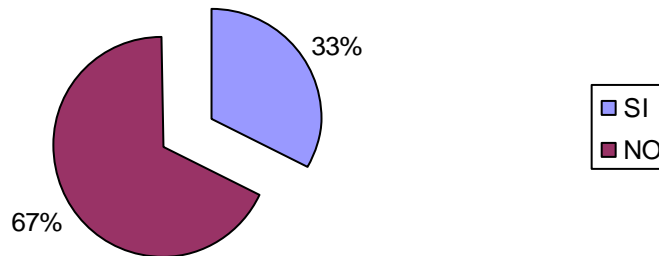
OBJETIVO: despertar el interés por una nueva forma de recibir ingresos por sus actividades actuales.



El 82% de las personas encuestadas manifiestan estar interesadas en recibir ingreso económico adicional al de sus actividades económicas.

16. ¿Sabe usted que a partir de sus actividades económicas pueden realizar turismo?

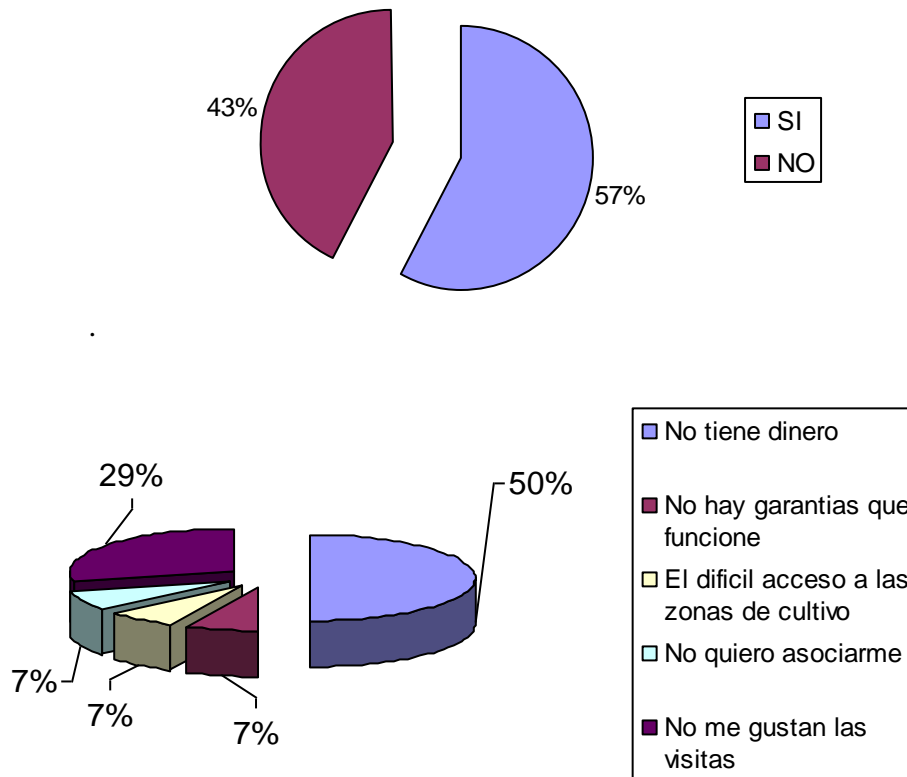
OBJETIVO: establecer el conocimiento del termino agroturismo en las persona entrevistadas.



El 67% de las personas encuestadas no sabían que a partir de sus actividades económicas se puede realizar turismo, el 33% que si sabia no tienen un concepto claro de lo que es el agroturismo.

17. ¿Estaría dispuesto a realizar turismo a partir de sus actividades económicas?

OBJETIVO: determinar el grado de aceptación que puede tener el agroturismo, así como conocer los motivos por los cuales las persona no les interesaría el desarrollar esta actividad.

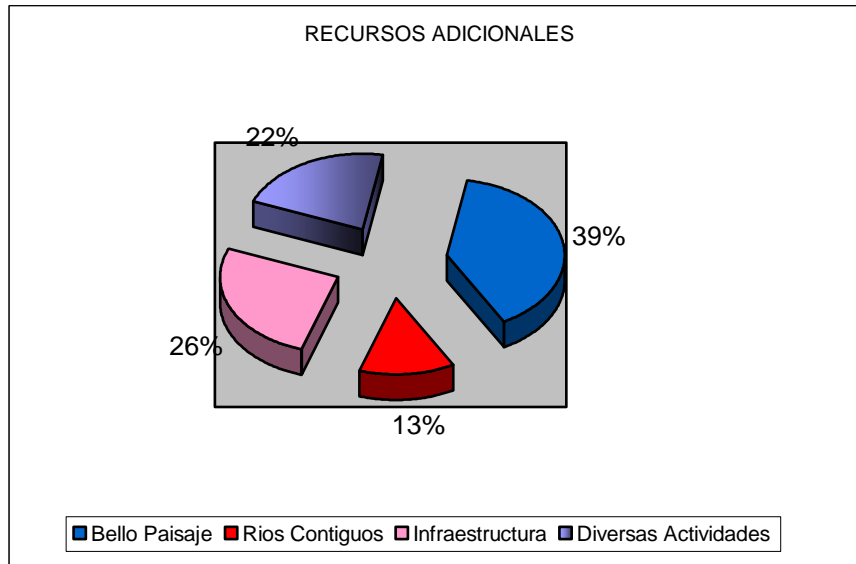


El 43% de las personas encuestadas no están dispuestas a realizar turismo a partir de sus actividades, el 29% debido a que no hay garantías y los restantes debido a: 1) los difíciles accesos a las zonas del cultivo, 2) no quieren asociarse y 3) no les gustan las visitas. Cada una con un 7% respectivamente. El 57% si mostró disponibilidad de realizar turismo.

18. ¿Qué otros medios adicionales cuenta para desarrollar una iniciativa de turismo a partir de sus actividades económicas?

OBJETIVO: indagar sobre los recursos adicionales que posee la persona interesada en desarrollar agroturismo, para poder hacer una conceptualización más amplia para el modelo.

RECURSOS ADICIONALES			
Bello Paisaje	Rios Contiguos	Infraestructura	Diversas Actividades
9	3	6	5

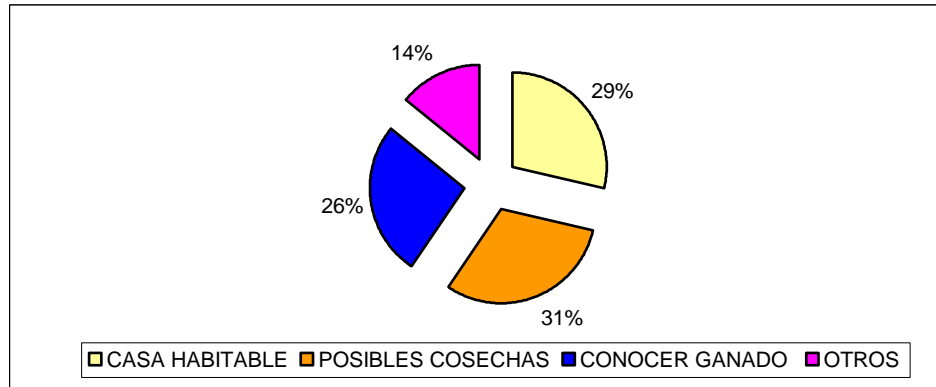


El 39% de las personas encuestadas manifiestan que el bello paisaje es un recurso adicional, el 26% infraestructura, el 22% las diversas actividades y el 13% los ríos contiguos.

19. ¿Qué servicios podría brindar en el caso de que apoyara la iniciativa de turismo a partir de sus actividades económicas?

OBJETIVO: establecer los servicios adicionales que las personas que aceptan la idea de desarrollar la iniciativa de agroturismo.

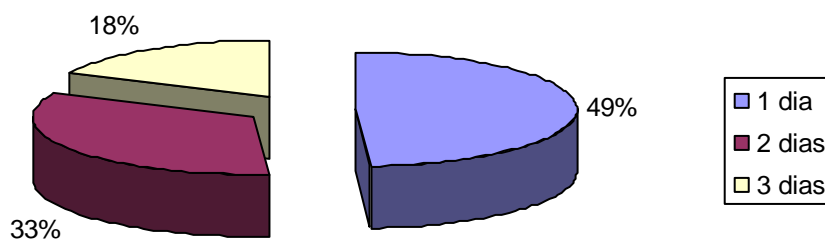
SERVICIOS A BRINDAR			
CASA HABITABLE	POSIBLES COSECHAS	CONOCER GANADO	OTROS
12	13	11	6



El 31% de los encuestados manifestaron que el servicio que podrían brindar era la muestra de las siembras y cosechas así como la participación en cada uno de las actividades realizadas. El 26% manifestaron que brindarían casa habitable y el 29% dar a conocer actividades referentes al ganado.

20. En caso de prestar servicios de casa habitable, ¿Cuántos días estaría dispuesto a hospedar a las personas?

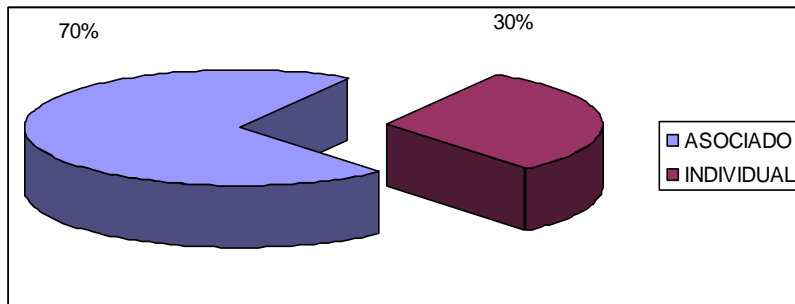
OBJETIVO: Determinar los días de estancia que los asociados estarían dispuesto a ofrecer a los turistas.



21. ¿Cómo prefiriera trabajar en esta nueva actividad económica?

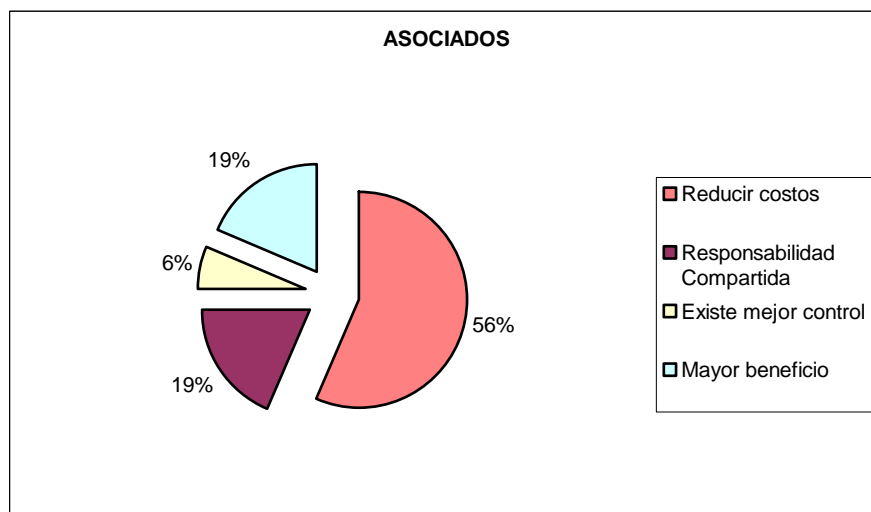
OBJETIVO: determinar el grado de asociatividad que las personas que aceptarían la iniciativa de agroturismo están dispuesta a desarrollar.

ASOCIADO	INDIVIDUAL
16	7



Reducir costos	Responsabilidad Compartida	Existe mejor control	Mayor beneficio
9	3	1	3

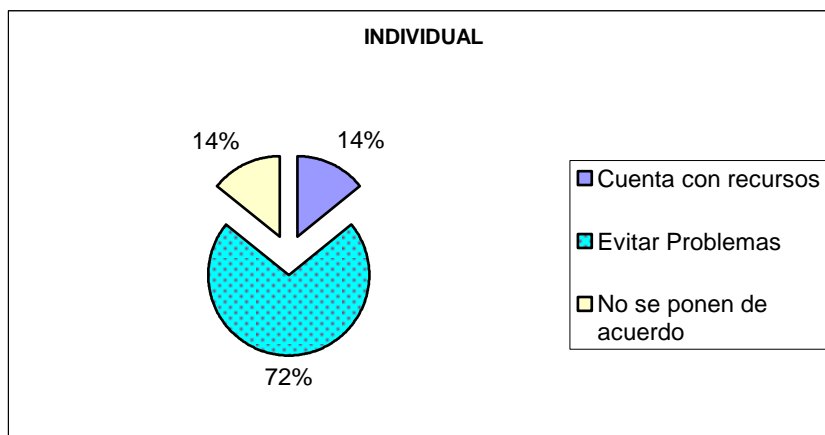
El 70% prefiere trabajar de manera asociada, mientras que un 30% por iniciativa propia.



Las principales razones para asociarse son las siguientes:

El 56% para reducir costos, El 19% para obtener mayor beneficio y para compartir responsabilidades, y el 6% para que haya mejor control.

Cuenta con recursos	Evitar Problemas	No se ponen de acuerdo
1	5	1



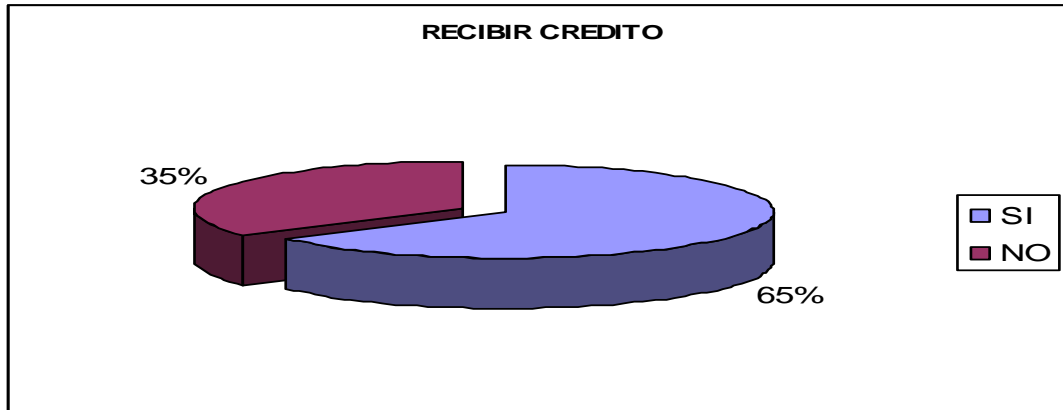
Las principales razones para no asociarse son las siguientes:

El 72% cuenta con los recursos necesarios, el 28% manifestó que prefiere evitar problemas y que es difícil ponerse de acuerdo al realizar las actividades.

22. ¿Estaría dispuesto a recibir crédito de alguna institución para impulsar esta nueva actividad económica?

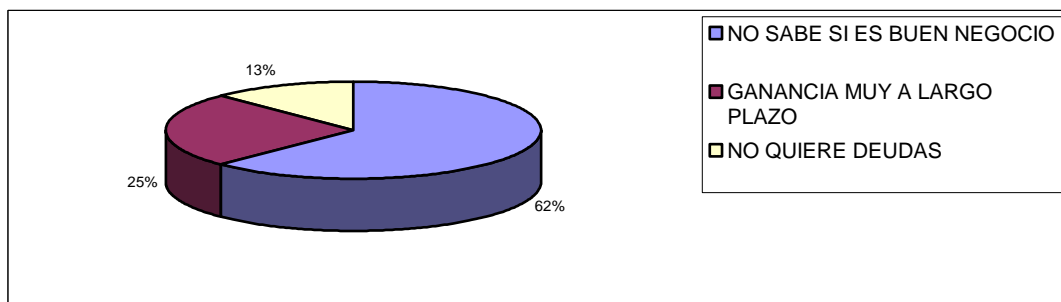
OBJETIVO: establecer la disponibilidad de inversión de las personas interesadas en el desarrollo de la iniciativa agroturística.

SI	NO
15	8



El 65% de las personas entrevistadas estarían dispuestos a recibir crédito, y el 35% prefieren no hacerlo.

NO SABE SI ES BUEN NEGOCIO	GANANCIA MUY A LARGO PLAZO	NO QUIERE DEUDAS
5	2	1



Los principales motivos para no asociarse fueron lo siguientes:

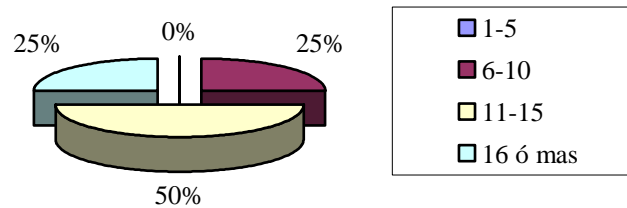
El 62% tiene la incertidumbre de que sea un buen negocio, a la vez que 25% piensa que las ganancias se darían a muy largo plazo, y un 13% manifestó no querer deudas.

b. Análisis de encuesta realizadas a las asociaciones

1. ¿Cuántos miembros integran la asociatividad?

OBJETIVO: determinar el número de integrantes de la asociatividad para poder el grado de beneficiario que tendrá el desarrollo del modelo.

RANGO DE INTEGRANTES DE PERSONA	1-5	6-10	11-15	16 ó mas
NUMERO DE ASOCIACIONES	0	1	2	1

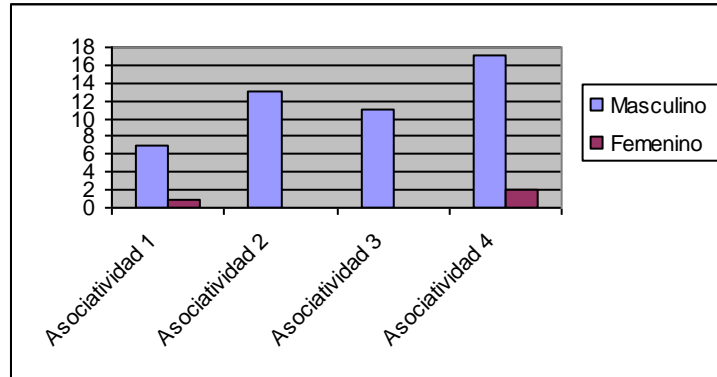


Como se puede observar en el grafico el 50% de las asociaciones encontradas en las zonas seleccionadas para la realización del estudio poseen entre 11 a 15 integrantes.

2. ¿Podría decir cuantas personas se encuentran de acuerdo a su género en la asociación?

OBJETIVO: Determinar la participación según su sexo de los miembros que integran la asociatividad

ASOCIACION	GENERO	
	Masculino	Femenino
Asociatividad 1	7	1
Asociatividad 2	13	0
Asociatividad 3	11	0
Asociatividad 4	17	2
TOTAL	48	3

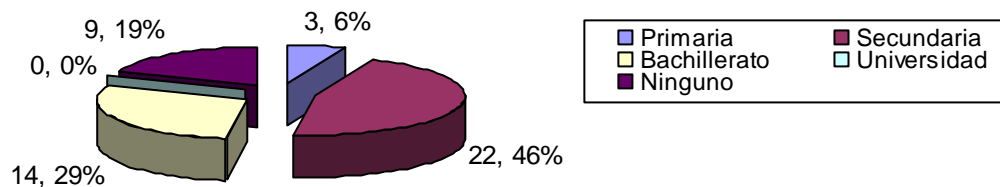


La grafica demuestra la participación de las personas según su género, donde se puede ver con claridad que el sexo femenino es menos participativo con relación al sexo masculino en las asociaciones encontradas, ya que solo existe una mujer laborando por cada 16 hombres.

3. ¿Cuál es el nivel de estudios de los asociados y cuantos hay en las siguientes categorías?

OBJETIVO: conocer el nivel de educación de las posibles personas y poder prever las participaciones necesarias a tomar en cuenta que adoptaran el modelo de sistema agroturistico.

ASOCIACION	NIVELES DE ESTUDIO				
	Primaria	Secundaria.	Bachiller	Universitario	Ninguno
Asociatividad 1	0	4	2	0	2
Asociatividad 2	0	6	4	0	0
Asociatividad 3	2	5	2	0	2
Asociatividad 4	1	7	6	0	5
TOTAL	3	22	14	0	9

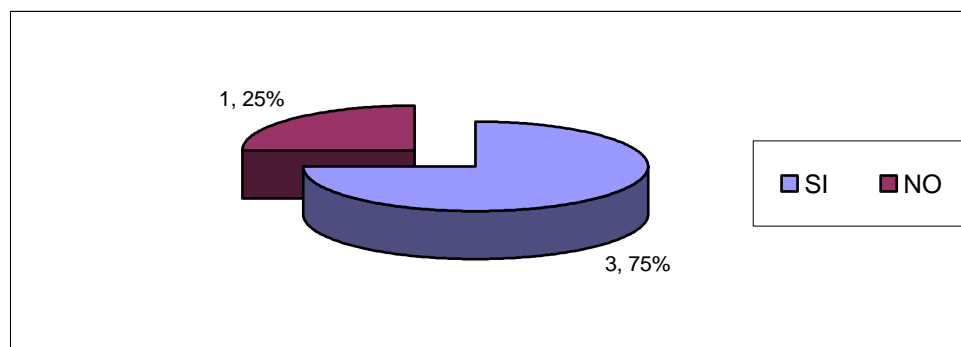


El grado académico de las personas que constituyen las asociaciones entrevistadas se encuentran en primer lugar a nivel de secundaria con un 22.46% y en segundo lugar a nivel de bachillerato con 14.29%, seguidos de ninguno nivel con un 9.19% y de nivel primaria con un 3.6%. Es necesario mencionar que ninguno indico que posee miembros con grado universitario.

4. ¿Conoce la estructura organizativa actual de la asociación?

OBJETIVO: Conocer la estructura organizativa de las asociaciones y determinar si se encuentran organizados.

ASOCIACION	RESPUESTA	
	SI	NO
Asociatividad 1	1	
Asociatividad 2	1	
Asociatividad 3		1
Asociatividad 4	1	
TOTAL	3	1

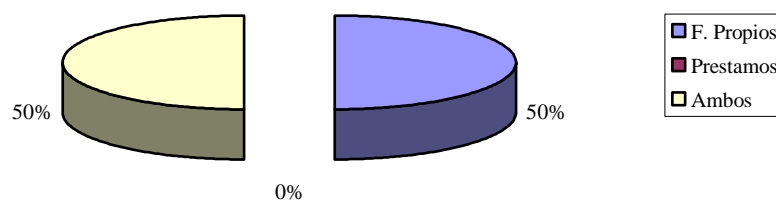


El 75% de los encuestados manifestaron que si conocen la estructura organizativa, lo que se puede interpretar que están bien definidas de cada una de las autoridades y responsabilidades que cada uno tiene en la organización; y tan solo el 25% de los encuestados manifestó que no conoce la estructura de la asociación.

5. ¿Actualmente cual es su fuente de financiamiento para realizar sus actividades económicas?

OBJETIVO: Conocer la posibilidad de apoyo por parte de instituciones financieras para la expansión de las asociaciones

ASOCIACION	TIPOS DE FONDOS		
	Propios	Prestamos	Ambos
Asociatividad 1	1		
Asociatividad 2			1
Asociatividad 3	1		
Asociatividad 4			1
TOTAL	2		2

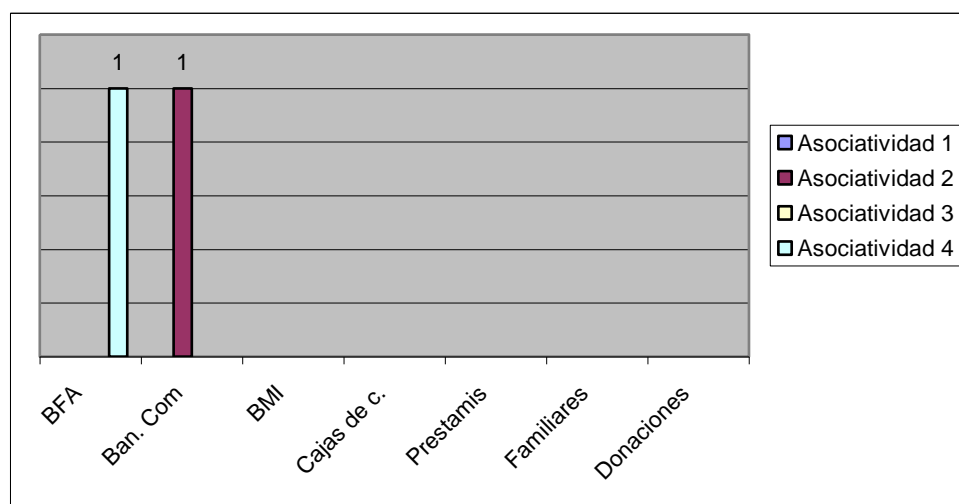


Para la realización de las actividades económicas de las asociaciones encuestadas manifestaron que el 50% son fondos propios, mientras que el otro 50% poseen fondos propios pero también tienen créditos activos.

6. ¿Qué instituciones financieras les facilita sus créditos cuando necesita hacer inversiones?

OBJETIVOS: Conocer sobre las instituciones financieras mas utilizadas, establecer los vínculos que tienen con las instituciones financieras.

ASOCIACIONES	INSTITUCIONES FINANCIERAS						
	BFA	Banco Comercial	BMI	Cajas de c.	Prestamistas	Familiares	Donaciones
Asociatividad 1							
Asociatividad 2			1				
Asociatividad 3							
Asociatividad 4	1						
TOTAL	1	1					

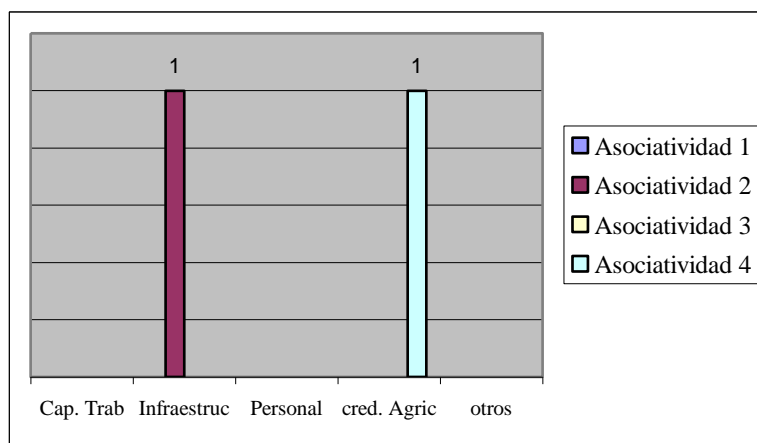


De las cuatro asociaciones encuestadas 1 manifestó realizar créditos en el Banco de Fomento Agropecuario y 1 a través de Bancos comerciales. El resto de asociaciones no realiza créditos, trabaja con fondos propios.

7. ¿Qué tipo de créditos son los que les otorga?

OBJETIVO: Conocer en que invierten los préstamos las asociaciones.

ASOCIACIONES	TIPOS DE CREDITOS				
	Capital Trabajo	Infra-estructura	Personal	Crédito Agrícola	Otros
Asociatividad 1					
Asociatividad 2		1			
Asociatividad 3					
Asociatividad 4				1	
TOTAL		1		1	



De las 2 asociaciones que realizan créditos 1 manifestó realizar créditos para mejorar su infraestructura y la otra lo realiza para sus labores agrícolas.

8. ¿Cómo asociación ha recibido ayuda de alguna otra institución?

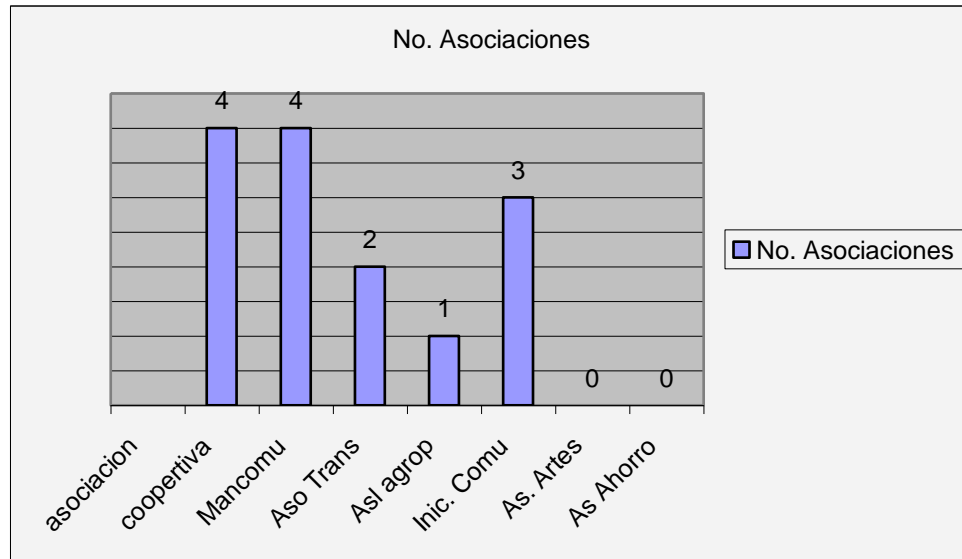
OBJETIVOS: Conocer el apoyo que tiene la asociación de instituciones no financieras
Ninguna asociación ha recibido algún tipo de ayuda de parte de alguna institución.

9. ¿Qué otros tipos de asociaciones ha escuchado o tiene conocimiento que existan en el municipio?

OBJETIVOS: Conocer los diferentes tipos de asociaciones que existen en el lugar de la muestra y poder tomarlas en cuenta en el diseño del modelo agroturístico.

		TIPOS DE ASOCIACIONES						
ASOCIACION	Asociación cooperativa	Mancomunidad	Asociación de Transporte	Asociación agropecuaria	Iniciativa Comunal	Asociaciones Artesanales	Asociaciones de Ahorro	
Asociatividad 1	1	1			1			
Asociatividad 2	1	1	1	1				

Asociatividad 3		1	1			1		
Asociatividad 4		1	1	1		1		
TOTAL		4	4	2	1	3		



Las 4 asociaciones encuestadas tienen conocimiento de la existencia de asociaciones cooperativas y la mancomunidad, 3 conocen la existencia de las iniciativas comunales, 2 conocen la existencia de asociaciones de transporte y 1 asociación agropecuaria.

10. ¿Estarían interesados en obtener un ingreso económico adicional al que recibe de sus actividades económicas?

OBJETIVO: Conocer el grado de aceptación del modelo desde el punto de vista económico.

El 100% de las asociaciones están interesadas en obtener un ingreso adicional a partir de sus actividades económicas.

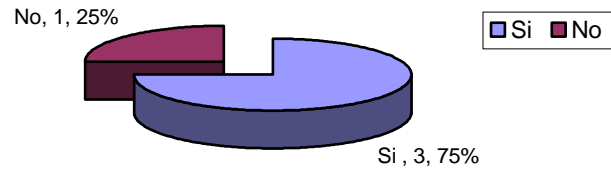
11. ¿Sabe usted que a partir de sus actividades económicas pueden realizar turismo?

OBJETIVO: Determinar el conocimiento del término agroturismo.

Todas las asociaciones encuestadas no saben que a partir de sus actividades pueden desarrollar turismo, por lo que queda claro que no conocen el concepto agroturismo.

12. ¿Estaría dispuesto a realizar turismo a partir de sus actividades económicas?

OBJETIVOS: Medir el grado de aceptabilidad del modelo de sistema agroturístico.

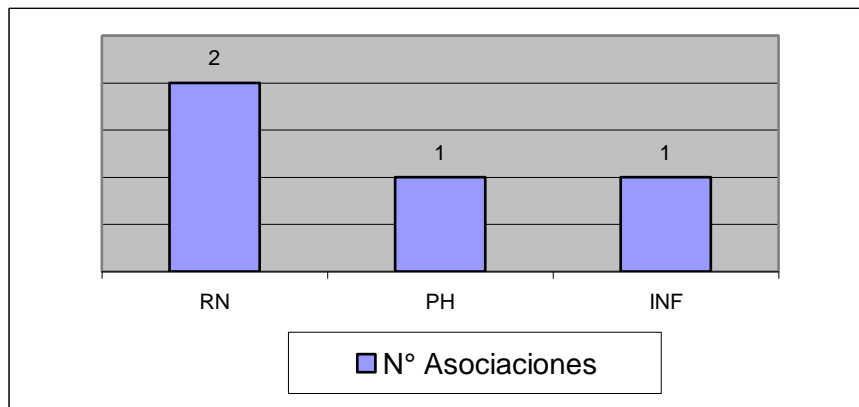


El 75% de las asociaciones estarían dispuestos a realizar turismo a partir de sus actividades económicas, mientras que un 25% no estarían dispuestos.

El 25% que dijo que no fue debido a la falta de recursos económicos.

13. ¿Qué recursos tiene para desarrollar iniciativa de turismo a partir de sus actividades económicas?

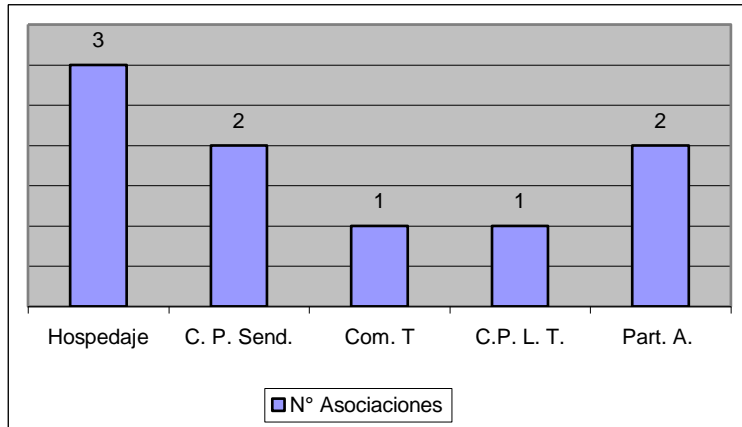
OBJETIVO: Determinar los recursos con que cuentan las asociaciones para llevar a cabo el agroturismo.



Dos asociaciones manifestaron que el principal recurso adicional para realizar la iniciativa de turismo son los recursos naturales, en segundo lugar en orden de importancia tenemos el Potencial Humano y Infraestructura.

14. ¿Qué servicios podría brindar en el caso de que apoyara la iniciativa de turismo a partir de sus actividades económicas?

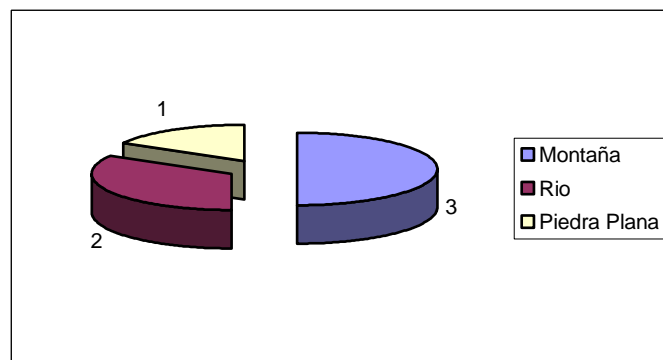
OBJETIVO: establecer los servicios adicionales que las personas que aceptan la idea de desarrollar la iniciativa de agroturismo.



De las asociaciones entrevistadas 3 brindaría el servicio de hospedaje, 2 brindarían servicio de caminatas por senderos, 1 participación en caminatas por lugares turísticos y 2 participarían en actividades agrícolas.

15. ¿Cuáles son los principales lugares turísticos en esta zona?

OBJETIVO: Determinar que tipo de turismo tradicional puede realizarse a parte del agroturismo.



El 100% de las asociaciones considera la montaña como el principal lugar turístico de la zona, el 67% considera que el principal atractivo turístico es el Río Sumpul y un 33% considera que es la Piedra Plana.

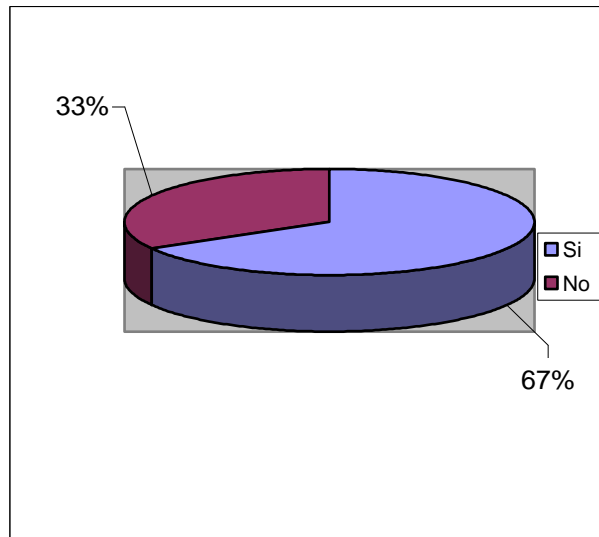
16. ¿Cómo preferiera trabajar en esta nueva actividad económica?

OBJETIVO: determinar si las asociaciones que aceptarían realizar la iniciativa de agroturismo están dispuesta a desarrollarla de manera asociada.

Todas las asociaciones encuestadas coinciden en que en una iniciativa de turismo es mejor trabajar de manera asociado, el principal factor de la toma de esta decisión por parte de las organizaciones es la deducción de costos y el costo de inversión.

17. ¿Estaría dispuesto a recibir crédito de alguna institución para impulsar esta nueva actividad económica?

OBJETIVO: establecer la disponibilidad de inversión de las asociaciones interesadas en el desarrollo de la iniciativa agro turística.



El 67% de las asociaciones estarían dispuestos a recibir créditos de alguna institución para impulsar la nueva actividad económica. El 33% esta dispuesta a trabajar con capital propio por lo cual no requeriría de créditos o financiamientos.

ANEXO 6

REGLAMENTO DE REGIMEN INTERIOR DE ASOAGROTUR

CAPITULO I DE LA ASOCIACION EN GENERAL

Artículo 1º.Ordenamiento.

La asociación se regirá por sus estatutos sociales

Artículo 2º.Fines de la Asociación.

La asociación perseguirá los fines previstos en el artículo 3 de los Estatutos y todas las actividades que desarrolle la misma, así como la de sus órganos directivos y los miembros de éstos, irán encaminadas al servicio de aquellos.

Para la consecución de los fines sociales, la Asociación podrá llevar a cabo cuantas actividades permita la legislación en vigor, y especialmente las siguientes:

- a) Promover y fomentar la participación en todas aquellas actividades económicas que posean los asociados siendo estas dirigidas al público en general, incidiendo en su importancia socio-económica, ayudando así a desarrollar todo tipo de actividades relacionadas con su faceta turística e incentivando cualquier publicación e iniciativa editorial que manifieste su proyección educativa, artística y cultural.
- b) Canalizar los problemas y aspiraciones del colectivo compuesto por los propietarios de productos agroturísticos o servicios complementarios, elevando las propuestas o peticiones correspondientes a los poderes públicos en general y en particular al Ministerio de Agricultura y al Ministerio de Educación, Cultura y Deportes y a cualesquiera otros organismos que pudiesen responder a las expectativas del colectivo.
- c) Crear servicios permanentes o temporales que sean de interés común a los asociados a través de marcos e iniciativas deportivas, artísticas, culturales y/o empresariales que beneficien el desarrollo de sus actividades.
- d) Mantener relaciones de apoyo, intercambio y de asesoramiento técnico y humano con cuantas entidades persigan fines análogos, en especial las que tengan carácter turístico, tanto si aquellas son públicas como privadas, sean nacionales o extranjeras.

e) Prestar a los asociados cuantos asesoramientos y ayudas se consideren oportunas dentro del marco de actuación de la Asociación y que puedan redundar en beneficio de la propia Asociación.

f) Apoyar e incentivar cuantas demás actividades ayuden a consolidar y expandir la practica del agroturismo con un especial interés en las áreas de investigación y desarrollo y las nuevas tecnologías de la comunicación.

En definitiva, la Asociación, actuará siempre en beneficio del fin común de sus asociados sin perseguir lucro económico de ninguna clase, empleándose los fondos sociales en la consecución de los fines colectivos, y aplicándose siempre a estos fines los beneficios que en su caso pudieran obtenerse.

Artículo 3º.Emblema de la Asociación.

El emblema de la Asociación será el que se presenta en la pagina principal del manual de de organización. Tal emblema figurará impreso en la documentación de la entidad y los socios podrán utilizarlo en forma de insignia en la solapa.

Artículo 4º.Domicilio social.

El cambio del domicilio social consignado en los Estatutos requerirá la decisión de la Junta Directiva mediante acuerdo adoptado con los votos favorables de los dos tercios de sus miembros. Los mismos acuerdos y mayoría serán necesarios para la creación de otros locales sociales, que deberán hallarse siempre en el ámbito de acción territorial previsto en el artículo 2 de los Estatutos.

Artículo 5º Ámbito territorial.

La ampliación o reducción del ámbito de acción territorial de la Asociación previsto en el artículo 2 de los Estatutos comportará la modificación del citado artículo mediante el procedimiento establecido en el Capítulo XII de este Reglamento.

Artículo 6º. De la interpretación de los Estatutos.

La interpretación de los preceptos contenidos en los Estatutos, a que se refiere el artículo 4º de los mismos, deberá hacerse por la Junta Directiva, a cuyo efecto en el seno de ésta se constituirá una Comisión de tres miembros, de los cuales uno de ellos deberá ser ineludiblemente el secretario de la Junta Directiva, que la presidirá. Esta comisión emitirá un informe previo a la decisión de la Junta Directiva.

CAPITULO II DEL PRESIDENTE

Artículo 7º. Designación y mandato.

El presidente de la Asociación será designado por la Asamblea General entre los socios que reúnan las condiciones generales exigidas en los artículos 23 y 24 de los Estatutos, y tengan como mínimo un año de antigüedad en la asociación y su mandato durará cuatro años. Será además presidente de la Asamblea General y de la Junta Directiva, así como de cuantas comisiones quede designado de manera expresa en los Estatutos o en el presente reglamento.

Artículo 8º. Representación legal.

El presidente de la Asociación asume la representación legal de la misma y ejecutará los acuerdos adoptados por la Junta Directiva y la Asamblea General. A tales efectos, podrá otorgar poderes a los miembros de la Junta, cuando lo estime oportuno, y a procuradores de los tribunales, en su caso.

Artículo 9º. Competencias.

El presidente gozará de las siguientes atribuciones:

- a) Proponer a la Junta Directiva el plan de actuación de la misma.
- b) Dirigir y coordinar las actividades de la Junta e impartir directrices a cada uno de sus miembros.
- c) Firmar los escritos y comunicaciones dirigidos a las autoridades u órganos de la Administración Pública.

- d) Sancionar con su firma los acuerdos legalmente adoptados por la Junta Directiva y por la Asamblea General.
- e) Dar el visto bueno a los documentos que expidan los miembros de la Junta Directiva.
- f) Ordenar los pagos acordados por la Junta Directiva.

Artículo 10°.Decisiones del Presidente.

Las decisiones que el Presidente adopte en el ejercicio de sus atribuciones y de las que por su naturaleza no quede constancia en el libro de actas de la Junta Directiva ni de la Asamblea General, serán transcritos, por orden cronológico y con numeración correlativa, a un libro independiente, que se abrirá bajo la rúbrica de “Libro de acuerdos de la Presidencia”.

CAPITULO III DE LA JUNTA DIRECTIVA

Artículo 11°. De sus miembros.

La Junta Directiva estará compuesta por el número de miembros que establecen los Estatutos, los cuales serán designados y relevados en la forma y plazos previstos en los artículos 8, 9 y 10 de aquellos, de acuerdo con lo establecido en el presente Reglamento. Cualquiera de los miembros, a excepción del presidente, puede dimitir de su cargo.

Artículo 12°. De las comisiones.

Los componentes de las comisiones informativas o de trabajo a que se refiere el artículo 11 literal i) de los Estatutos, serán designados por la Junta Directiva a propuesta del miembro que haya de presidirlas, fijando, si no estuviera ya previsto, igualmente el número de aquellos.

El presidente podrá recabar en todo caso la presidencia de cualquiera de las comisiones que se constituyan.

Artículo 13°.Personal de Secretaría.

El personal de Secretaría será nombrado por la Junta Directiva, a propuesta del Secretario de la Junta Directiva, quién propondrá además sus condiciones de trabajo y retribución. Dicho personal realizará las labores de colaboración en funciones administrativas y económicas que

los miembros de la Junta Directiva tengan a su cargo, sin que ello sea obstáculo a su dependencia directa del secretario. Al iniciar las operaciones de la asociación no será necesario contar con dicho personal, pero si después de varios años de funcionamiento cuando el volumen de las actividades sea mucho mayor y la junta lo estime necesario.

Artículo 14°.Funciones.

Es función de la Junta Directiva programar y dirigir todas las actividades y llevar la gestión administrativa y económica de la Asociación, siempre y cuando tales actividades no estén reservadas, en virtud de disposición legal o estatutaria a la Asamblea General.

Corresponde a la Junta especialmente:

- a) Aprobar el programa anual de actividades sociales
- b) Dirigir, con el asesoramiento del secretario general ejecutivo, las funciones administrativas de la asociación.
- c) Dirigir con el asesoramiento del tesorero; las funciones económicas de la asociación, y acordar los pagos, función esta que podrá delegar en el presidente siempre que no supere la cantidad del 10% del presupuesto establecido.
- d) Admitir y separar a los socios, en la forma dispuesta en este reglamento.
- e) Someter a la aprobación de la Asamblea General, debidamente informada, el presupuesto anual de ingresos y gastos, el estado de cuentas del año anterior, así como todos aquellos asuntos de los que haya de entender la Asamblea.
- f) Cubrir las vacantes de sus miembros, de acuerdo con lo establecido en los Estatutos en el caso de que se produzcan y en tanto no tengan lugar las elecciones ordinarias.
- g) Nombrar el personal colaborador de la Junta Directiva, fijando su retribución y contratar trabajos de profesionales al servicio de la Asociación.

Artículo 15°.Convocatoria.

La Junta Directiva será convocada por el presidente, a cuyo efecto, y de su orden, el secretario cursará las citaciones oportunas, con siete días al menos de antelación al de la celebración de la sesión.

La convocatoria se hará por escrito, mediante carta certificada o entregada personalmente con acuse de recibo, e irá dirigida nominativamente a cada uno de los miembros de la Junta,

figurando en ella el día y la hora de la celebración, así como el orden del día y adjuntándose, en su caso, la información que se crea oportuna para el buen desarrollo del mismo o en su defecto el lugar donde se podrá recoger, desde el mismo día de recibo de la comunicación.

La asistencia a las sesiones de la Junta es indelegable.

El orden del día de cada reunión será establecido por el Presidente de la Asociación al acordar la convocatoria, sin que puedan ser tratados en ninguna sesión los asuntos que no estén incluidos en aquél, salvo que sea declarada su urgencia.

Las reuniones de la Junta Directiva lo serán en primera y, en su caso, segunda convocatoria mediando entre las mismas, como máximo, media hora. La segunda convocatoria será necesaria si los miembros presentes en la primera convocatoria no sumasen, al menos, la mitad más uno de los miembros.

Artículo 16°. De las reuniones de la Junta.

Reunida la Junta Directiva, el presidente abrirá y levantará la sesión, concediendo la palabra a los miembros, dirigiendo las deliberaciones y decidiendo con voto de calidad, en caso de empate.

En las reuniones de la Junta tendrán derecho a hacer uso de la palabra todos los asistentes, siempre y cuando lo que manifiesten tenga relación con los asuntos del orden del día. No obstante, cualquier miembro de la Junta podrá proponer a la misma que se declare urgente el tratar un asunto no incluido en aquél, el cual será discutido si la Junta, por el voto mayoritario de los dos tercios de sus miembros, así lo acuerda.

Artículo 17°. De los acuerdos de la Junta.

Los acuerdos de la Junta Directiva se adoptarán por mayoría de votos de los asistentes, de conformidad con lo establecido en el artículo 12 de los Estatutos.

Artículo 18°. De las actas.

De las sesiones que celebre la Junta Directiva el secretario levantará la oportuna acta, que deberá transcribirse al “Libro de Actas de la Junta Directiva”. En el acta figurarán necesariamente los siguientes extremos:

1º Lugar y fecha de celebración.

2º Nombre y apellidos de los asistentes, con expresión del cargo que ostenten.

3º Breve relación de las deliberaciones.

4º Expresión clara y concreta de los acuerdos adoptados, haciendo constar los votos en contra, en su caso.

Las actas serán leídas en la sesión siguiente y, de merecer la aprobación de la Junta, se transcribirán al libro en el plazo de tres días, firmándose por el presidente y el secretario.

Artículo 19º. De los cometidos de los miembros de la Junta.

Los cometidos correspondientes a cada uno de los miembros de la Junta Directiva a excepción de los obligatoriamente fijados por los Estatutos de la asociación serán fijados por la propia Junta, a propuesta del Presidente, que resolverá los conflictos que pudieran producirse entre aquellos, con motivo del ejercicio de sus atribuciones.

CAPITULO IV DE LA ASAMBLEA GENERAL

Artículo 20. Convocatoria.

La Asamblea General, tanto ordinaria, como extraordinaria, será convocada por el secretario, de orden del Presidente, previa decisión de la Junta Directiva, en la forma que disponen los artículos 18 y 19 de los Estatutos.

La reunión de la Asamblea General, a solicitud de la décima parte de los socios, tendrá lugar cuando éstos lo soliciten del Presidente por escrito colectivo o mediante peticiones individuales, procediéndose, después, con arreglo a lo dispuesto en el párrafo anterior.

En la convocatoria, que será nominativa, se hará constar el orden del día determinado por la Junta Directiva, sin que puedan discutirse asuntos que no estén incluidos en aquél.

A la convocatoria se adjuntarán los documentos necesarios, para que el socio tenga conocimiento de los asuntos a tratar y siempre, y en su caso, los que se mencionan en los artículos 22 y 23 de este Reglamento.

Artículo 21. Delegación en socio.

Los socios podrán delegar su asistencia y su voto en otro socio, cuando no pueden comparecer a las sesiones de la Asamblea. Para que la delegación sea válida habrá de ser comunicada por escrito a la secretaría de la Asociación con cinco días de antelación como mínimo al día de la celebración de la sesión.

El documento de delegación contendrá el nombre y los apellidos del socio en quién se delega y vendrá firmado por el delegante indicándose que sólo tendrá validez para la Asistencia a una única Asamblea, de la que se señalará la fecha de celebración, a menos que ésta sea suspendida para continuar en otras sesiones, en cuyo caso será válida también para éstas.

Artículo 22. Documentos para la asistencia a la Asamblea.

Para que la Asamblea General pueda tomar acuerdos sobre el presupuesto anual y el estado de cuenta, tales documentos deberán acompañarse a la convocatoria. En los demás casos deberá adjuntarse a ésta un breve resumen del asunto que haya de discutirse en la sesión de la Asamblea o en su defecto, poner a disposición del asociado la información que fuese necesaria en los locales señalados al efecto desde la fecha de recibo de la convocatoria.

Si se tratará de modificación de Estatutos, se acompañará el texto literal modificado.

Artículo 23º. Votaciones en la Asamblea General.

A excepción de las votaciones que tengan lugar para elegir Junta Directiva que se hará en papeleta oficial y de manera secreta, el resto de votaciones que se hayan de celebrar y el correspondiente cómputo de los votos podrán hacerse a la vista, a través de cualquier signo externo (mano alzada, cartulinas de color etc.). En este caso, el secretario de la Junta contará los votos y signará el resultado de la votación en el acta, comunicándoselo posteriormente a los asistentes.

Si una cuarta parte de los asociados presentes pidiese que se celebrase la votación mediante el sistema de votación secreta con papeleta, el presidente así lo ordenará pronunciando claramente el asunto sobre el que se va a votar con una pregunta que sólo podrá tener respuesta en una papeleta en la que se escribirá “sí” o “no”.

Artículo 24º. De el acta de la sesión.

De las sesiones que celebre la Asamblea General el Secretario levantará la correspondiente acta, que se transcribirá al “Libro de Actas de la Asamblea General”. En tales actas figurarán los extremos a los que se refiere el artículo 16 de este Reglamento y cuantos otros el secretario estime oportuno consignar para dejar mejor constancia de lo ocurrido, así como cuantas indicaciones ordene la Presidencia.

CAPITULO V

DE LAS ELECCIONES A JUNTA DIRECTIVA

Artículo 25º. Elecciones a Junta Directiva. Del Reglamento electoral.

El Presidente de la Asociación, otorgado el voto mayoritario de las dos terceras partes de los asociados en la Asamblea General correspondiente celebrada, tres meses antes de que acabe su mandato, deberá convocar Asamblea General Extraordinaria a los únicos efectos de elegir nuevo Presidente y Junta directiva en plazo, fecha y forma.

Para ello, en la misma reunión se cerrará el censo electoral que será el número de socios que hasta ese momento figuren inscritos en el Libro Registro de la Asociación y establecerá un Reglamento Electoral, que deberán aprobar la mayoría de los socios, en el que cuanto menos deberán establecerse y cumplirse los requisitos establecidos en el Capítulo V del presente Reglamento y teniendo en cuenta que:

- 1.** Para ser elector habrá que tener, al menos, dieciocho años de edad en la fecha de la publicación de la Convocatoria y figurar inscrito en el Censo Electoral que le corresponda por reunir los requisitos reglamentarios.
- 2.** Para ser elegible se precisará ser mayor de edad y estar en posesión de la plenitud de los derechos civiles, así como acreditar la antigüedad mínima de un año como asociado.
- 3.** La Junta electoral será el órgano bajo cuya tutela y control se desarrollará el proceso electoral, debiendo garantizar la pureza e independencia del mismo. Dicha Junta habrá de estar compuesta por tres socios elegidos por sorteo que tendrán el apoyo del Secretaria General y de su personal para realizar las labores ordinarias del cargo.

La Junta Electoral quedará constituida el día de las elecciones en Mesa Electoral, nombrando al miembro de más edad de la misma como Presidente. Dicha Junta electoral comenzará a ejercer sus funciones 20 días antes de las elecciones.

4. Todas las candidaturas 15 días antes de la Asamblea General Extraordinaria convocada al efecto para la elección de Presidente y Junta Directiva, deberán tener a su disposición el censo electoral, un juego de pegatinas del mismo con la dirección de los votantes y tener a su disposición, cuanto menos el mismo número de sobres y papeletas de su candidatura, que número de electores incluidos en el censo.

5. El día de la votación se establecerá una Mesa Electoral que estará formada por un Presidente y dos vocales. Cada candidatura podrá añadir a la misma un interventor, que podrá elevar formalmente ante el presidente de mesa cuantas reclamaciones estime oportunas dentro de lo establecido en el Reglamento Electoral y anexar al acta de la votación cuantas observaciones considere necesarias en derecho.

6. La Mesa Electoral durante la celebración de las elecciones atenderá cuantas reclamaciones se le formulen y actuará en estricto cumplimiento del Reglamento Electoral, pudiendo cualquier interventor, en caso de disconformidad por lo acordado en la mesa, anotar en el correspondiente acta lo que tenga por oportuno.

7. La votación se realizará en papeleta oficial y de manera secreta. Aquellos socios a los que no les sea posible su asistencia personal a la elección de Junta Directiva podrán emitir su voto por correo certificado en cuya papeleta figurará únicamente el nombre de la persona o personas a cuyo favor se vota, papeleta que debe ser introducida en un sobre en el que se hará constar el nombre del votante, su número de asociado y su firma acompañando fotocopia de su Documento Nacional de Identidad; este sobre debidamente cerrado habrá de ir necesariamente dentro de otro en el cual únicamente se escribirá la dirección social de la Asociación y la indicación que contiene el voto para la elección de Junta Directiva. Todos los sobres así recibidos habrán de permanecer cerrados y serán abiertos una vez escrutados los votos de los asociados que hayan votado en el local señalado al efecto para realizar la elección.

8. El presidente de la Mesa Electoral proclamará al nuevo Presidente y Junta Directiva.

Artículo 26º. Convocatoria para la elección de Junta Directiva. Documentación.

Cuando se trate de la elección de la Junta Directiva y Presidente por la correspondiente Asamblea General Extraordinaria, deberán acompañarse en la convocatoria de comunicación

de la misma a los socios, una hoja en la que se indiquen los pasos que deberán dar para convertirse en candidato, si así lo estimasen, cuanto menos con un mes de antelación.

Las candidaturas deberán inscribirse como tales en la Secretaría, veinte días antes a la celebración de la Asamblea en que hayan de ser elegidos los nuevos miembros de la Junta Directiva y el Presidente.

Las candidaturas habrán de venir avaladas por diez asociados al corriente de pago, en un formulario con el membrete de la asociación, que facilitará el personal de secretaria de la Asociación. Dicho formulario se encabezará con el nombre del candidato a Presidente y a continuación del nombre de los miembros de la candidatura.

A continuación los asamblearios que avalen la candidatura deberán rellenar las casillas del referido formulario, en las que como mínimo deberá figurar su número de socio, número de carné de identidad, firma y antefirma en letras mayúsculas y legibles.

Una vez recogidos los avales en el formulario, éste se entregará a la Junta Electoral de la Asociación, que devolverá una copia fechada y sellada. Dicha Junta validará o no las candidaturas, en caso de que las candidaturas no sean validadas, éstas podrán presentar una reclamación contra la desestimación de la misma.

Dicha reclamación deberá hacerse en el plazo de las 24 horas posteriores a la presentación de la candidatura.

La Junta Electoral por el voto mayoritario de sus miembros resolverá la misma, admitiendo o denegando de manera definitiva la candidatura y proclamando las candidaturas de manera oficial en el término de 24 horas desde la presentación de las reclamaciones.

TITULO VI DE LA ADMISION DE SOCIOS

Artículo 27. De los socios.

Podrán ser miembros de la Asociación las personas que reúnan las condiciones exigidas en los artículos 23 y 24 del Estatuto. Quienes deseen pertenecer a ella lo solicitarán por escrito dirigido al presidente, en el que harán constar que reúnen aquellas condiciones, así como su

compromiso de cumplir con las obligaciones que les imponga la legislación vigente sobre asociaciones, los estatutos y los acuerdos válidamente adoptados por los órganos de gobierno.

Artículo 28. Del escrito de solicitud.

El escrito de solicitud que será facilitado por la Asociación, iniciará el expediente de ingreso, que tramitará la Secretaría, y en el que quedarán reflejadas todas las actuaciones a que dé motivo.

Recibido el escrito a que se refiere el párrafo anterior, el secretario comprobará si contiene todos los datos y el solicitante reúne las condiciones exigidas en los Estatutos, pudiendo recabar de éste, a tales efectos, los datos que considere convenientes.

Artículo 29. Del procedimiento de inscripción.

Hechas tales comprobaciones, dará cuenta al presidente de la Asociación, el cual si lo estima procedente, ordenará que se incluya en el orden del día de la sesión de la Junta Directiva, a los fines de que por ésta se adopte el acuerdo oportuno.

Adoptado el acuerdo sobre la admisión, tanto si es favorable, como si es denegatorio, será comunicado por el secretario al solicitante, dándole traslado literal del acuerdo.

En el caso de que el acuerdo sea favorable se concederá al interesado un plazo para que satisfaga la cuota de entrada, satisfecha la cual se le hará entrega del carné de socio, de la insignia y de un ejemplar de los Estatutos y de este Reglamento, inscribiéndose su ingreso en el “Libro de Socios” y abriéndosele la correspondiente ficha, en la que figurarán, además de los datos exigidos por la legislación vigente, el número de antigüedad correspondiente a la fecha del acuerdo de la Junta Directiva.

En el supuesto de que el acuerdo sea denegatorio se le indicará claramente en la comunicación del secretario, que contra tal acuerdo no cabe ningún recurso.

Artículo 30. De los miembros honorarios.

Será miembro honorario aquella persona que reúna los méritos suficientes de ayuda o apoyo a la Asociación o que por cualquier motivo se haya significado en su promoción o defensa de manera singularizada.

Tendrá los mismos derechos y deberes que el resto de asociados, a excepción del pago de la cuota de entrada y las demás de sostenimiento de la Asociación o las cuotas suplementarias que puedan acordarse.

El nombramiento de los miembros honorarios se hará por acuerdo de la Junta Directiva, previa la instrucción de expediente, a petición de cualquier miembro de la Junta o a propuesta motivada del presidente de la Asociación y con conocimiento del interesado.

El acuerdo será adoptado con el quórum de los dos tercios del número de miembros que componen la Junta y será comunicado al interesado, mediante traslado literal del mismo, así como la credencial o diploma que acredite su condición de miembro honorario, cuya forma y texto aprobará la propia Junta.

CAPITULO VII

DE LOS DERECHOS Y DEBERES DE LOS SOCIOS

Artículo 31. Titularidad de los derechos.

Los derechos de los socios se adquieren desde la fecha en que la Junta Directiva acuerda la admisión, y desaparecen a partir del momento en que reglamentariamente se pierde la cualidad de socio, ya por propia voluntad, ya como consecuencia de la instrucción de un expediente de separación.

Todos los derechos de los socios son personales e intransferibles y deben ejercitarse por ellos mismos, a excepción de la posibilidad de delegación del voto en la Asamblea General, prevista en este Reglamento.

Artículo 32. De los derechos.

De conformidad con lo establecido en la legislación vigente y en los Estatutos, los miembros de la Asociación tendrán los siguientes derechos:

1. Participar en las actividades y actos sociales en la forma que, en cada caso, disponga la Junta Directiva.

2. Asistir con voz y voto a las asambleas Generales, pudiendo delegar su voto por escrito en la forma establecida en el artículo 8 de los Estatutos y conforme a lo establecido en el presente Reglamento.
3. Formar parte de la Junta Directiva, de acuerdo con lo regulado en los Estatutos.
4. Figurar en el fichero de socios previsto por la legislación vigente y hacer uso lícito del emblema de la Asociación.
5. Poseer un ejemplar de los Estatutos y de este Reglamento desde el momento de su ingreso en la Asociación.
6. Tener conocimiento por escrito de los acuerdos adoptados por la Junta Directiva y la Asamblea General.
7. Que se le ponga de manifiesto el estado de cuentas de los ingresos y gastos formalizados en el mes de enero.
8. Ejercer las acciones de nulidad de los acuerdos sociales contrarios a la Ley e impugnar los acuerdos y actuaciones de la Asociación que sean contrarios a los Estatutos dentro del plazo de cuarenta días por los trámites previstos en la Ley de Enjuiciamiento civil.
9. Ser oído por escrito en los expedientes de separación de la Asociación.

Artículo 33. De las obligaciones.

Todos los socios tendrán las mismas obligaciones para con la Asociación, sin que en ello influya su antigüedad a excepción de quienes ocupen cargos en los órganos de gobierno, que tendrán además los deberes inherentes a sus respectivos cargos.

Serán obligaciones de los socios las siguientes:

1. Cumplir y acatar los preceptos contenidos en los Estatutos y en el presente Reglamento, así como las disposiciones vigentes sobre las asociaciones sometidas a la Ley.
2. Acatar los acuerdos adoptados válidamente por la Presidencia, la Junta Directiva y la Asamblea General, sin perjuicio de los derechos contenidos en el número 8 del artículo 32 de este Reglamento.
3. Abonar la cuota anual y las demás de sostenimiento de la Asociación en los plazos, períodos y cuantías que determine con carácter general para todos los socios la Junta Directiva con ratificación de la Asamblea General correspondiente.

4. Abonar, igualmente, las cuotas suplementarias que pueda acordar la Junta Directiva por el aprovechamiento especial de servicios de la Asociación o la obtención de documentos expedidos por la Secretaría.

5. Desempeñar fielmente las obligaciones inherentes al cargo que desempeñen, desde el momento que tomen posesión hasta aquél en que cesen.

6. Cooperar, en la medida que determine la Junta Directiva, a las actividades sociales tendentes a servir los fines de la Asociación, sin que en la exigencia de esta cooperación puedan darse diferencias entre los socios que no formen parte de la Junta Directiva ni de ninguna de las comisiones a las que se refiere el artículo 11 de los Estatutos.

Artículo 34. De los incumplimientos de las obligaciones.

El incumplimiento reiterado de las obligaciones de los socios manifestado en la infracción de los Estatutos y este Reglamento podrá ser sancionado según lo previsto en el artículo 28 del Estatuto y lo preceptuado en el presente Reglamento.

CAPITULO VIII DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES

Artículo 35. De las infracciones.

Las faltas sobre las que la Comisión Disciplinaria podrá imponer sanciones se ordenan en muy graves, graves y leves.

Artículo 36. Infracciones muy graves.

Son faltas muy graves:

a) El atentado contra la dignidad u honor de las personas que constituyen la Junta Directiva cuando actúen en el ejercicio de sus funciones; y contra los demás asociados si actúan por delegación o en representación de la Asociación.

b) La desconsideración grave de palabra o la agresión física a cualquier asociado, así como cualquier tipo de declaración pública que incite o apoye la violencia.

- c) La agresión verbal y especialmente la física, proferida contra cualquier cargo de la asociación o turista que sea cliente de la asociación.
- d) La comisión de un delito o falta, en cualquier grado de participación, cuando se actúe en representación de la Asociación.
- e) El abuso manifiesto de autoridad.
- f) Los quebrantamientos de sanciones impuestas por infracciones graves.
- g) Las actuaciones dirigidas a predeterminar mediante precio, intimidación o simples acuerdos, el resultado de una prueba o competición.

Artículo 37. Infracciones graves.

Son infracciones graves:

- a) El incumplimiento grave de los acuerdos y reglamentos adoptados por la Junta Directiva, siempre y cuando no se pueda considerar infracción muy grave.
- b) La falta de respeto a los componentes de la Junta Directiva cuando actúen en el ejercicio de sus funciones.
- c) Los actos que conlleven la desconsideración o falta de respeto a los compañeros de Asociación cuando éstos participen en una reunión o junta de socios.
- d) Los quebrantamientos de sanciones impuestas por infracciones leves.
- e) La reiteración en tres o más faltas leves en el plazo de un año.

Artículo 38. Infracciones leves.

Son infracciones leves:

- a) Las faltas de respeto a los miembros de la Junta Directiva en el ejercicio de sus funciones, cuando no puedan ser consideradas graves o muy graves.
- b) La negligencia en el cumplimiento de los acuerdos y reglamentos, así como de las instrucciones y circulares de la Junta Directiva.
- c) La adopción de una actitud pasiva en el cumplimiento de las órdenes e instrucciones recibidas de jueces o comisarios hípicas y autoridades deportivas en general en el ejercicio de sus funciones.
- d) El descuido en la conservación y cuidado de los locales sociales, instalaciones y cualquier medio material afecto a ellas.

Artículo 39. De las infracciones

La Junta Directiva podrá imponer sanciones por la comisión de las infracciones que hayan sido tipificadas en el presente Reglamento.

Artículo 40. De las sanciones por infracciones muy graves.

Las sanciones que pueden imponerse por la comisión de infracciones muy graves tipificadas en el artículo 36 de este reglamento son:

a) Para el apartado f) del artículo 36 del presente reglamento:

1. Pérdida de los derechos que como socio le corresponden por el periodo de dos años desde la fecha en que así lo determine la resolución definitiva

b) Para los apartados a), b), c) del artículo 36 del presente reglamento:

1. Pérdida de los derechos que como socio le corresponden por el período de tres años desde la fecha en la que así lo determine la resolución definitiva.

c) Para los apartados d), e) y g), del artículo 36 del presente reglamento:

1. Pérdida definitiva de los derechos que como socio le correspondan desde la fecha en la que así lo determine la resolución definitiva y por lo tanto separación de la Asociación.

d) De modo excepcional, por la comisión reincidente de infracciones de extraordinaria gravedad de las recogidas en el artículo 36 de este reglamento, se podrá inhabilitar a perpetuidad para ocupar cargos en esta Asociación.

e) Se podrá prohibir el acceso a las instalaciones de la Asociación y en su caso, se podrá diligenciar la oportuna petición a los entes hípicas asociados, a través de sus respectivos comités disciplinarios, de igual prohibición de acceso a los lugares de desarrollo habitual de sus competiciones hípicas.

Artículo 41. De las sanciones por infracciones graves.

Las sanciones que pueden imponerse por la comisión de infracciones graves tipificadas en el artículo 37 de este reglamento son:

a) Para los apartados a), e) y del artículo 37 del presente reglamento:

1. Pérdida de los derechos que como asociado le correspondan por tiempo superior a tres meses e inferior a dos años.

b) Para los apartados b) c), y d) del artículo 37 del presente reglamento:

1. La suspensión de participación en las actividades de la asociación por tiempo superior a un mes e inferior a tres meses.

c) Para el apartado f) del artículo 37 del presente reglamento:

1. La suspensión de participación en las actividades de la asociación por tiempo superior a un mes e inferior a dos meses.

Artículo 42. De las sanciones por infracciones leves.

Las sanciones que pueden imponerse por la comisión de infracciones leves son:

a) Para los apartados a) y b) del artículo 38 del presente reglamento:

1. La suspensión en la participación en las actividades de la Asociación por tiempo superior a quince días e inferior a un mes.

b) Para el apartado d) del artículo 38 del presente reglamento:

1. La suspensión en la participación en las actividades de la Asociación por tiempo superior a una semana e inferior a quince días.

c) Para el apartado c) del artículo 20 del presente reglamento:

1. Advertencia.

Artículo 43. Circunstancias atenuantes de las infracciones.

Se considerarán circunstancias atenuantes de la responsabilidad disciplinaria.

a) La de arrepentimiento espontáneo.

b) La de haber precedido, inmediatamente a la falta, una provocación suficiente.

c) No haber sido sancionado con anterioridad en el transcurso de la vida asociativa o deportiva.

Artículo 44. Circunstancias agravantes de las faltas.

Se considerarán circunstancias agravantes de la responsabilidad disciplinaria.

a) La reincidencia.

Existirá reincidencia cuando el autor hubiera sido sancionado anteriormente por cualquier infracción de igual o mayor gravedad, o por dos infracciones o más de inferior gravedad de la que en ese supuesto se trate. La reincidencia se entenderá producida en el transcurso de un año contado a partir del momento en el que se haya cometido la infracción.

CAPITULO IX

DEL PROCEDIMIENTO DISCIPLINARIO

Artículo 45. Principios generales.

1. Las infracciones se sancionarán, previa instrucción del correspondiente expediente por la Comisión Disciplinaria.
2. El procedimiento, sometido al criterio de celeridad, se impulsará de oficio en todos los trámites acordándose en un sólo acto todos aquellos que por su naturaleza admitan una impulsión simultánea.
3. Todo miembro de la Asociación al que se le abra un expediente disciplinario tendrá la oportunidad de defenderse en el preceptivo procedimiento. Así mismo, tendrá derecho a conocer la acusación contra él formulada, y a efectuar las alegaciones oportunas como a proponer pruebas en su descargo antes del trámite de audiencia en el que deberán ser tenidas en cuenta para redactar la correspondiente propuesta de resolución.
4. Las sanciones llevarán consigo los efectos recogidos en el presente reglamento, tomarán carta de naturaleza desde su publicación y se comunicarán oportunamente a los interesados que podrán oponer, en los plazos y fechas señalados en este reglamento, el correspondiente curso.
5. Las infracciones prescribirán a los tres años, al año o al mes, según se trate de muy graves, graves o leves, comenzándose a contar el plazo de prescripción el día siguiente a la comisión de la infracción.

El plazo de prescripción se interrumpirá por la iniciación del procedimiento sancionador, pero si este permanece paralizado durante un mes, por causa no imputable a la persona sujeta a dicho procedimiento, volverá correr el plazo correspondiente.

6. Las sanciones prescribirán a los tres años, al año o al mes, según se trate de las que correspondan a infracciones muy graves, graves o leves, comenzándose a contar el plazo de prescripción desde el día siguiente a aquel en que adquiriera firmeza la resolución por la que se impuso la sanción, o desde que se quebrantase su cumplimiento si éste hubiera comenzado.

7. Aquellos miembros que sean suspendidos en la pertenencia en la Asociación, podrán pedir la rehabilitación a la Junta Directiva después de transcurrido el tiempo por el que fueron sancionados siempre y cuando éste hubiese sido cumplido. Para ello deberán aportarse las pruebas que manifiesten la rectificación clara de la conducta.

8. Las sanciones serán registradas de manera segura y fehaciente, al efecto de la posible apreciación de causas modificativas de la responsabilidad y cómputo de los plazos de prescripción de infracciones y sanciones.

El secretario de la Comisión de Disciplina llevará un registro en que se ordenarán numéricamente todos los expedientes en el que deberá constar necesariamente la fecha de inicio del expediente, el instructor del mismo y las actuaciones y acuerdos llevados a efecto.

9. Cualquier persona o entidad cuyos derechos o intereses legítimos puedan verse afectados por la sustanciación del procedimiento disciplinario podrán personarse en el mismo, teniendo, desde entonces y a los efectos de notificaciones y de proposición y práctica de la prueba, la consideración de interesado.

10. La Comisión de Disciplina deberá de oficio o a instancia del instructor del expediente, comunicar al Ministerio Fiscal aquellas infracciones que pudieran revestir caracteres de delito o falta penal.

En tal caso, este Comité acordará la suspensión del procedimiento, según las circunstancias concurrentes, hasta que recaiga la correspondiente resolución judicial, pudiendo establecerse medidas cautelares que habrán de comunicarse a todos los interesados en el procedimiento.

Artículo 46. De la Comisión Disciplinaria

1. La Junta Directiva, en la primera reunión ordinaria de cada año, nombrará a cinco personas, pudiendo ser éstas o no miembros de la Asociación o de su Junta Directiva, los cuales junto al presidente y secretario de la misma, compondrán la Comisión Disciplinaria.

El secretario de la Junta Directiva actuará en la Comisión Disciplinaria a título de tal, con voz pero sin voto.

2. La Comisión Disciplinaria en su primera reunión establecerá un calendario de reuniones. El presidente elegirá un vocal primero de entre los miembros del comité, que le sustituirá cuando aquel no pueda estar presente.

De manera muy excepcional, en ausencia del Secretario de la Comisión, un miembro presente de aquel podrá actuar en la reunión como tal, claro está, conservando su derecho a voto.

3. La Comisión Disciplinaria podrá actuar de oficio o a petición de parte en aquellas causas en que un asociado incurra en alguna infracción o incumpla con lo estipulado en los Estatutos o en el presente Reglamento.

4. Cualquier miembro de la Asociación podrá reclamar o recurrir ante la mencionada Comisión en defensa de sus derechos o en descargo de su conducta, en las formas y plazos previstos en el presente reglamento.

5. Las resoluciones de la Comisión Disciplinaria sólo serán válidas si en sus convocatorias, cuanto menos, están presentes tres de sus miembros con voto, incluido su presidente, o en su defecto, en ausencia de este, el vocal primero.

6. La Comisión Disciplinaria se reunirá mensualmente, tomará sus decisiones por mayoría, teniendo su presidente voto de calidad en caso de ser necesario y tendrá la obligación de comunicar al interesado y publicar de manera oportuna todas sus resoluciones en el más breve plazo de tiempo.

7. El secretario de la Comisión levantará acta de las reuniones, recogerá por escrito y de forma separada todos los acuerdos, los comunicará a los interesados de manera completa en el plazo límite de 10 días y los publicará oportunamente en las 48 horas siguientes en el correspondiente tablón de anuncios.

Artículo 47. Iniciación.

1. El procedimiento se iniciará de oficio por la Comisión de Disciplina, a solicitud de interesado o denuncia motivada de parte.

2. La Comisión de Disciplina iniciará el expediente disciplinario con el nombramiento del

Instructor, a cuyo cargo correrá la tramitación del mismo. El secretario de la Comisión podrá asistir al Instructor en la tramitación del expediente.

La iniciación del procedimiento se formalizará con el contenido siguiente:

- a) Identidad del instructor
 - b) Identificación del presunto responsable
 - c) Hechos que se le imputen
 - d) Las infracciones que tales hechos pudieran constituir
 - e) Sanciones que se les pudiera imponer
 - f) Autoridad competente para imponer la sanción y norma que atribuya tal competencia.
3. La fecha de iniciación del expediente y el nombramiento del instructor se inscribirá en el registro establecido conforme a lo previsto en el artículo 45 del presente Reglamento.
4. La iniciación se comunicará al instructor y simultáneamente se notificará a los interesados y en su caso al denunciante.

Artículo 48. Causas de Abstención y de recusación del instructor.

1. Al Instructor, en todo caso, le podrán ser aplicadas las causas de abstención y recusación previstas en la Legislación del Estado para el procedimiento administrativo común.
2. El derecho de recusación podrá ejercerse por los interesados en el plazo de tres días hábiles, a contar desde el día siguiente al que tengan conocimiento de la correspondiente providencia de nombramiento, ante la Comisión de Disciplina, quien deberá resolver en el término de tres días.
3. Contra la resolución de la Comisión de Disciplina no cabrá subsiguiente recurso.

Artículo 49. Medidas cautelares.

1. La adopción de medidas cautelares podrá producirse en cualquier momento del procedimiento, bien de oficio por la Comisión de Disciplina, bien por moción razonada del Instructor.
2. No se podrán dictar medidas cautelares que puedan causar perjuicios irreparables.

Artículo 50. Diligencias.

El Instructor ordenará la práctica de cuantas diligencias sean adecuadas para la determinación y comprobación de los hechos, así como para la fijación de las infracciones susceptibles de sanción.

Artículo 51. Pruebas.

1. En los 15 días siguientes a la notificación de la iniciación del procedimiento, el interesado podrá solicitar la práctica de las pruebas que estime pertinente. En igual plazo el Instructor podrá acordar de oficio aquellas otras que considere necesarias para la resolución del procedimiento.
2. Contra la denegación expresa o tácita de la prueba propuesta por los interesados, estos podrán plantear reclamación, en el plazo de tres días hábiles, ante la Comisión de Disciplina, quien deberá pronunciarse en el término de otros tres días. En ningún caso la interposición de la reclamación paralizará la tramitación del expediente.
3. Los hechos relevantes para el procedimiento podrán acreditarse por cualquier medio de prueba válida en derecho, una vez que el Instructor decida la apertura de la fase probatoria, la cual tendrá una duración no superior a quince días hábiles, ni inferior a cinco, comunicando a los interesados con suficiente antelación el lugar y momento de la práctica de pruebas.

Artículo 52. Pliego de Cargos y Alegaciones.

1. A la vista de las actuaciones practicadas, y en un plazo no superior a un mes contado a partir de la iniciación del procedimiento, el Instructor propondrá el sobreseimiento o formulará el correspondiente pliego de cargos, comprendiendo en el mismo los hechos imputados, las circunstancias concurrentes y las supuestas infracciones, así como las sanciones que pudieran ser de aplicación.
2. El Instructor podrá, por causas muy justificadas, solicitar la ampliación del plazo referido al órgano competente para resolver.
3. En el pliego de cargos, el Instructor presentará una propuesta de resolución que será notificada a los interesados para que en el plazo de diez días hábiles manifiesten cuantas alegaciones consideren convenientes en defensa de sus derechos o intereses.

4. Asimismo, en el pliego de cargos, el Instructor deberá proponer el mantenimiento o levantamiento de las medidas provisionales que, en su caso, se hubieran adoptado.

5. Transcurrido el plazo de los diez días antes señalado, el Instructor, sin más trámite, elevará el expediente a la Comisión de Disciplina al que se unirán, en su caso, las alegaciones presentadas.

Artículo 53. Resolución.

La resolución de la Comisión de Disciplina pondrá fin al expediente disciplinario y habrá de dictarse en el plazo máximo de diez días hábiles, a contar desde el siguiente al de la elevación del expediente por el Instructor.

Dicha resolución deberá ser ratificada por la Junta Directiva, que la comunicará en el plazo más breve posible al interesado, publicándola al mismo tiempo en el Tablón de Anuncios de la Asociación, fecha desde la que obrarán sus efectos. Al mismo tiempo las sanciones se anotarán en el expediente personal del interesado.

Artículo 54. Recursos.

En el plazo de un mes desde la notificación de la sanción la Junta Directiva podrá admitir excepcionalmente un recurso de revisión, cuando fueran presentadas pruebas que pudiesen cambiar sustancialmente lo resuelto.

CAPITULO X

DE LA PÉRDIDA DE LA CALIDAD DE SOCIO

Artículo 55. A petición propia.

Los socios podrán solicitar en cualquier momento la separación voluntaria de la Asociación.

La petición deberá hacerse por escrito al presidente y se presentará o remitirá al secretario, el cual la incluirá, previo conocimiento del presidente, en el orden del día de la próxima sesión que celebre la Junta Directiva, que acordará, sin más trámites, la separación.

Artículo 56. Por motivo de sanción.

1. La separación de la Asociación de los socios por motivo de sanción tendrá lugar cuando se cometan actos que los hagan indignos de seguir perteneciendo a aquella.
2. Estos actos son los que se tipifican en los artículos 36 y 37 a) de los Estatutos y que se desarrollan en el presente Reglamento.
3. La separación de la Asociación conllevará un procedimiento sancionador que se recoge en este Reglamento.

Artículo 57. Recursos.

El acuerdo de separación será notificado al interesado, comunicándole que contra el mismo podrá presentar un escrito de recurso ante la próxima Asamblea General extraordinaria que, de no convocarse en tres meses, deberá serlo a tales efectos. Mientras tanto, la Presidencia podrá acordar que el inculcado sea suspendido en sus derechos como socio y, si formase parte de la Junta Directiva, deberá decretar la suspensión en el ejercicio del cargo.

En el supuesto de que el expediente de separación se eleve a la Asamblea General, el secretario redactará un resumen de aquél, a fin de que la Junta Directiva pueda dar cuenta a la Asamblea del escrito presentado por el inculcado e informar debidamente de los hechos, para que la Asamblea pueda adoptar el correspondiente acuerdo.

Artículo 58. Documentación.

La separación de la Asociación de un socio, ya sea con carácter voluntario, ya sea como consecuencia de sanción, deberá anotarse en el expediente personal, en el libro de socios y en su ficha correspondiente. Al mismo tiempo, se comunicará al interesado.

Al comunicar a un socio su separación de la Asociación por la razón que sea, se le requerirá para que devuelva el carné de que se le proveyó, advirtiéndole que no podrá hacer uso de la insignia de la entidad (podría exigírsele la devolución, previa indemnización de su valor). Al mismo tiempo, se le requerirá para que cumpla con las obligaciones que tenga pendientes para con la Asociación, en su caso.

CAPITULO XI DEL REGIMEN ECONOMICO

Artículo 59. De los recursos económicos.

Los recursos económicos de la Asociación serán los previstos en los artículos 31 y siguientes de los Estatutos. Las cuantías de las cuotas de entrada y de las anuales y/o porcentaje de premios y primas ganados en carreras públicas que deban abonarse serán propuestos para su oportuna aprobación por la Asamblea General correspondiente por la Junta Directiva, a propuesta razonada del tesorero. Las cuotas podrán ser exigidas anualmente en un único pago.

En algún caso especial el socio podrá solicitar su pago trimestral o mensual, en cuyo caso la Junta Directiva, a propuesta del tesorero, acordará lo que estime oportuno. Todas las operaciones económicas serán reflejadas en el libro de caja.

Artículo 60. De los ingresos y las actividades.

Los ingresos que puede obtener la Asociación de sus actividades son las siguientes:

1. Por la expedición de documentos por el secretario, tesorero o cualquier miembro de la Junta Directiva que acrediten datos de su privativa competencia. En todos estos casos, la Junta Directiva, a propuesta de la Secretaría, fijará la cuantía de los ingresos por la prestación de tales servicios.

Las cantidades que pueda percibir la Asociación por estos conceptos serán fijadas por la Junta Directiva, a propuesta del tesorero.

Artículo 61. Cobros y Pagos.

1. La Asociación no podrá recibir ninguna cantidad sin entregar a cambio el oportuno recibo firmado por el tesorero, que se extraerá del oportuno talonario, normalizado e impreso por la Asociación y debidamente firmado. De cada número de recibo existirán dos copias, la primera para entregar al interesado y la segunda para entregar al tesorero.

2. El tesorero no podrá realizar ningún pago a cargo de los fondos sociales, sin previa orden de pago de la Presidencia.

Artículo 62. De los presupuestos.

Los proyectos de presupuestos anuales serán redactados por el presidente de la Asociación asesorado por el Tesorero, para ser pasados a la Junta Directiva, que los aprobará previamente a incluirlos en el orden del día de la Asamblea General ordinaria. Quince días antes de someterlos a la Asamblea se remitirán a todos los socios, firmados por el tesorero y secretario.

Artículo 63. El estado de cuentas.

Los estados de cuentas serán sometidos a la Asamblea general ordinaria que se celebre después de finalizado el año natural al que se refieran durante los seis primeros meses del ejercicio siguiente.

Previamente serán remitidas por escrito a cada uno de los socios, que deberán tenerlo en su poder, durante el primer mes del año. El estado de cuentas que se remitirá deberá estar firmado por el tesorero, con el visto bueno del presidente.

CAPITULO XII
DE LA MODIFICACION DE LOS ESTATUTOS

Artículo 64. Iniciación.

La modificación de los Estatutos podrá hacerse a iniciativa de la Junta Directiva, o por acuerdo de ésta cuando lo solicite el 10 por 100 de los socios inscritos. En cualquier caso, la Junta Directiva designará una ponencia formada por tres socios, uno de los cuáles habrá de ser necesariamente miembro de la Junta, a fin de que se redacte el proyecto de modificación siguiendo las directrices impartidas por la Junta. Esta fijará el plazo en el que tal proyecto deberá estar terminado.

Artículo 65. Procedimiento.

1. Una vez redactado el proyecto de modificación, en el plazo señalado, el presidente lo incluirá en el orden del día de la primera Junta Directiva que se celebre, la cual lo aprobará o, en su caso lo devolverá a la ponencia para nuevo estudio.

Aprobado por la Junta Directiva el proyecto de modificación, éste seguirá los trámites establecidos en la legislación vigente, a cuyo efecto la Junta deberá incluirlo en el orden del día de la próxima Asamblea General extraordinaria que se celebre o acordará convocarla a tales efectos.

2. A la convocatoria de la Asamblea se acompañará el texto de la modificación de Estatutos, tal como previene el artículo 22 de este Reglamento, a fin de que los socios puedan dirigir a la Secretaría las enmiendas que estimen oportunas, de las cuales se dará cuenta a la Asamblea General, siempre y cuando esté en poder de la Secretaría con ocho días de antelación la celebración de la sesión general.

Las enmiendas podrán ser formuladas individual o colectivamente, se harán por escrito y contendrán la alternativa de otro texto.

CAPITULO XIII

DE LA DISOLUCION DE LA ASOCIACION

Artículo 66. Comisión liquidadora.

1. En la Asamblea General en que se acuerde la disolución de la Asociación se nombrará la comisión liquidadora a la que se refiere el artículo 39 de los Estatutos. De tal comisión formará parte necesariamente el presidente o el vicepresidente, que presidirá las reuniones que celebre.

2. La citada comisión tendrá los siguientes cometidos:

a) Comprobar el último saldo de cuentas.

b) Confeccionar la liquidación final.

c) Cuidar de dar a los bienes y fondos sociales el destino que establezcan los Estatutos, a cuyo efecto obtendrá los oportunos documentos de quienes reciban aquéllos, preparando toda la documentación necesaria para remitir al Registro Nacional de Asociaciones, con el fin de solicitar la baja del mismo.

ESTATUTOS DE ASOAGROTUR

TITULO I

DE LA ASOCIACIÓN EN GENERAL

Artículo 1º. De la denominación social.

La asociación prestadora de servicios agroturísticos constituida es una Asociación Privada con plena personalidad jurídica y capacidad de obrar, de duración indefinida, que se rige en cuanto a su constitución, inscripción, modificación, extinción, organización y funcionamiento por las disposiciones vigentes que le sean aplicables, en particular por la Ley de Asociaciones, por los presentes Estatutos y por los acuerdos adoptados por su junta directiva.

En consecuencia, goza de total autonomía para el cumplimiento de sus fines, pudiendo poseer, adquirir, gravar, enajenar toda clase de bienes, dominios, títulos y derechos, realizar actos de disposición y dominio sobre los mismos, obligarse frente a terceros y comparecer ante cualquier autoridad, organismo y jurisdicción y seguir toda clase de procedimientos.

La asociación contará con los medios personales y materiales adecuados y con la organización idónea para garantizar el cumplimiento de los fines estatutarios.

Artículo 2º. Del ámbito territorial y domicilio social.

La asociación constituida desarrollará sus actividades en los municipios de San Luis del Carmen, Comalapa y El Carrizal, ubicados en el departamento de Chalatenango, radicando su domicilio en la cabecera departamental de Chalatenango, cuya variación dentro de la misma ciudad tendrá lugar por acuerdo de la Junta Directiva. Podrán establecerse Delegaciones de la Asociación en las ciudades que al efecto se señalen por la Junta Directiva y a cuyo frente se constituirán Comités Regionales cuya programación, funcionamiento y atribuciones serán los que se señalen por la Junta Directiva a propuesta de aquellos.

La ampliación o reducción del ámbito territorial, recogido en este artículo se deberá llevar a cabo a través del oportuno cambio estatutario siempre que así lo estime las 2/3 partes de los asociados, en la Asamblea General Extraordinaria correspondiente.

Artículo 3º. Del fin social.

El objeto de la asociación y su actividad principal lo constituyen la comercialización de servicios agroturísticos que los asociados presten, proporcionar los servicios turísticos que los asociados no puedan generar, integrar los servicios de cada uno de los socios en forma de paquetes, buscar los medios para capacitar ya sea a través de acompañamientos externos así como a través de recursos propios si las condiciones financieras se lo permiten, dichos acompañamientos pueden ser utilizados para otros fines que la asociación estime convenientes.

Las actividades de la asociación tenderán a:

- a) Promover y fomentar la convivencia en actividades agropecuarias al público general, incidiendo en su importancia socio-económica, ayudando así a desarrollar todo tipo de actividades relacionadas con su faceta de recreación en el ámbito agropecuario e incentivando cualquier publicación e iniciativa que manifieste su proyección social, de esparcimiento y convivencia con el medio.
- b) Representar en todas aquellas personas y entidades que siendo propietarios de servicios y atractivos participen en los paquetes agroturísticos que la asociación posea
- c) Canalizar los problemas y aspiraciones del colectivo compuesto por los propietarios de los servicios y atractivos, elevando las propuestas o peticiones correspondientes a los poderes públicos en general y en particular al Ministerio de Agricultura y al Ministerio de Turismo y/o cualesquier otro organismo que pudiesen responder a las expectativas del colectivo.
- d) Crear servicios permanentes o temporales que sean de interés común de los asociados a través de marcos e iniciativas económicas y/o empresariales que beneficien el desarrollo de los servicios agroturísticos.
- e) Mantener relaciones de apoyo, intercambio y de asesoramiento técnico y/o humano con cuantas entidades persigan fines análogos, en especial las que tengan carácter turístico, tanto si aquellas son públicas como privadas, sean nacionales o extranjeras
- f). Prestar a los asociados cuantos asesoramientos y ayudas se consideren oportunas dentro del marco de actuación de la Asociación y que puedan redundar en beneficio de la misma.
- g) Apoyar e incentivar cuantas demás actividades ayuden a consolidar y expandir la afición y desarrollo del agroturismo con un especial interés en las áreas de investigación y desarrollo.

En definitiva, la Asociación, actuará siempre en beneficio del fin común de sus asociados persiguiendo un lucro económico, empleándose los fondos sociales en la consecución de los

finés colectivos, y aplicándose siempre a estos fines los beneficios que, en su caso, pudieran obtenerse.

Artículo 4º. De los Estatutos.

En todo momento los presentes Estatutos podrán ser reformados o modificados para su permanente actualización y sometimiento al ordenamiento jurídico vigente, como para su mejor acomodación a las necesidades derivadas del cumplimiento de los fines específicos de la asociación.

Únicamente la Junta Directiva o un cincuenta y uno por ciento de los asociados podrán proponer la modificación o reforma de los Estatutos, que deberá ser aprobada en Asamblea General Extraordinaria por dos tercios de los asociados presentes ó representados, convocada especialmente al efecto y con determinación de lo que es objeto de la modificación o reforma. Aprobada la reforma o modificación, se procederá por el Presidente a cumplimentar cuanto, en su caso, se exija por la legislación vigente para que aquella tenga plena eficacia y validez.

TITULO II

DE LOS ORGANOS DIRECTIVOS Y DE LA FORMA DE ADMINISTRACION

Capítulo I

Generalidades

Artículo 5º. De los Órganos de representación.

Los órganos de representación, gobierno y administración de la ASOCIACIÓN, son la Asamblea General, la Junta Directiva, el Presidente, el Secretario General.

Para el desarrollo normal de sus tareas la Asociación contará con el personal que sea necesario, el cual dependerá del presidente de la junta directiva, quién asumirá a estos efectos la jefatura de dicho personal.

Artículo 6º. De la dirección y administración.

La dirección y administración de la Asociación correrán a cargo de la Junta Directiva y de la Asamblea General.

Capítulo II

De la Junta Directiva

Artículo 7º. De sus miembros.

La Junta Directiva estará formada por un número de miembros no inferior a cinco ni superior a veinte, al frente de los cuales habrá un Presidente y en cualquier caso, formarán también parte de ella el Vicepresidente, el Tesorero, el Secretario y los Vocales si es que sean necesarios y en su caso podrá existir el Secretario General Ejecutivo, hasta completar el número de miembros que constituyan aquella.

Los cargos de Vicepresidente(s), Tesorero y Secretario General serán gratuitos, y nombrados o removidos para el desempeño de sus funciones por el Presidente de la asociación, que también ejercerá de forma gratuita sus funciones. La asociación correrá con los gastos de representación derivados del ejercicio del cargo por parte de los componentes de la Junta Directiva, así como de los gastos debidamente justificados que el desempeño de su función les ocasione.

Todos los miembros de la Junta Directiva deberán de carecer de interés económico en los resultados de la actividad, por sí mismos o a través de familiar o persona interpuesta, a excepción del Presidente que será remunerado por el ejercicio de su cargo.

El Presidente será el máximo órgano administrativo de la asociación, pudiendo ser éste, miembro o no de la misma.

Artículo 8. De la elección de sus miembros.

La elección del Presidente y demás cargos de la Junta Directiva, en candidatura cerrada, y con la asignación de los representantes que la asociación, deberá ser propuesta por, al menos, la firma de diez asociados e ir firmada con la aceptación de los propuestos. Dicha elección se llevará a efecto mediante sufragio personal, directo y secreto de todos los socios con derecho a voto.

Artículo 9. De la necesidad de cubrir vacantes.

En caso de fallecimiento o dimisión de un miembro de la Junta Directiva, la Junta Directiva podrá reemplazarle inmediatamente con otro miembro de la Junta Directiva de la ASOCIACIÓN, debiendo ser ratificado su nombramiento en la primera Asamblea General que se celebre. La duración del mandato del miembro de la Junta Directiva, así nombrado, finalizará en el momento en el que hubiese expirado la de aquel a quién reemplazó.

Artículo 10. Duración del mandato.

Los miembros de la junta directiva serán elegidos para el periodo de cuatro años, sin perjuicio de su posible reelección.

Artículo 11. Funciones de la Junta Directiva.

Es función de la Junta Directiva dirigir las actividades sociales y llevar la gestión administrativa y económica de la Asociación, ejecutando los acuerdos de la Asamblea General y sometiendo a la aprobación de ésta el presupuesto anual de ingresos y gastos y el estado de cuentas del año anterior, teniendo, en cualquier caso los siguientes poderes y/o atribuciones:

- a) Los poderes más amplios para la gestión y defensa de los fines de la asociación, pudiendo, en consecuencia, realizar los actos y celebrar los contratos que sean necesarios y convenientes a su juicio, formalizando toda clase de negocios, operaciones y gestiones sin excepción, salvo las que establezcan las disposiciones aplicables y lo que resulte de los presentes Estatutos por lo que se refiere a las competencias de la Asamblea General.
- b) Mantener el orden y la disciplina en la ASOCIACIÓN y organizar sus actividades adoptando cuantas medidas de todo tipo sean precisas para la buena marcha de aquella.
- c) Estudiar y revisar cuanta documentación haya de someterse a la aprobación de la Asamblea General y de manera especial los Presupuestos, Memoria Anual de Actividades y Liquidación de los Ejercicios Contables.
- d) Admitir nuevos socios o acordar su baja, bien sea ésta a petición propia o por cualquier otro motivo, dando en su momento cuenta a la Asamblea General.

- e) Adoptar cuantas medidas estime oportunas sobre cualquier asunto que no sea de la competencia de la Asamblea General, así como en caso de urgencia, resolver con carácter cautelar lo que sea competencia de ésta, sin perjuicio de darle cuenta en la primera reunión que la misma celebre y a resultados de la resolución que en ella se adopte.
- f) Administrar, recaudar los bienes y los fondos de la asociación, siguiendo para ello, las instrucciones que en su caso hayan sido marcadas por la Asamblea General.
- g) Dictar y reformar las normas de régimen interior que juzgue convenientes para la marcha de la asociación, teniendo que ser estas ratificadas en Asamblea General.
- h) Nombrar y separar los empleados de la ASOCIACIÓN.
- i) Constituir las comisiones que considere necesarias o convenientes en orden a la gestión y resolución de cuanto constituye objeto específico de la ASOCIACIÓN, nombrará al efecto las personas que deban constituir aquellas, así como los representantes de la asociación.
- j) Proponer a la Asamblea General para su oportuna aprobación las condiciones y forma de admisión de nuevos socios, así como los rangos de precios para cada uno de los atractivos y servicios que comprendan los paquetes y las correspondientes cuotas de ingreso para los futuros socios que no estén inscritos desde la fundación de la asociación.
- k) Resolver las dudas que surjan en la interpretación de los presentes Estatutos y suplir sus omisiones, dando cuenta a la Asamblea General para que se acuerde lo que sea oportuno.
- l) Las demás que expresamente pueda delegarle la Asamblea General, o que sean propias del cometido específico de la Junta Directiva con arreglo a la legislación vigente.

Artículo 12. De las reuniones

La Junta Directiva se reunirá preceptivamente una vez cada tres meses o siempre que lo determine su Presidente o lo solicite una tercera parte de sus miembros. El secretario levantará acta, que se transcribirá al libro de actas.

Los miembros de la Junta Directiva serán convocados por escrito para cada reunión con una antelación mínima de cinco días a la fecha en que deben reunirse y en caso de urgencia, apreciada por el Presidente, cuando éste así lo acuerde.

Para que resulte válida la reunión deberán asistir, por lo menos, la mitad más uno de los miembros de la Junta Directiva. También quedará validamente constituida cuando estén presentes todos sus miembros, aunque no hubiere mediado convocatoria previa.

Los acuerdos serán adoptados por mayoría, siendo de calidad el voto del Presidente.

La asistencia a las reuniones de la Junta Directiva será obligatoria. Si por enfermedad u otras causas justificadas, un vocal no pudiera acudir a la Junta, se deberá excusar motivadamente ante el Presidente de la asociación. Las ausencias no justificadas, si fueran a tres reuniones consecutivas o a cinco alternas durante el periodo de un mandato, darán lugar a la suspensión del cargo.

Capítulo III

Del Presidente de la Asociación

Artículo 13º. De sus funciones, sustituciones y cese.

1. Al Presidente de la asociación, que lo será también de la Asamblea General y de la Junta Directiva, le corresponde la dirección y administración de aquella, ostentando las siguientes facultades:

- a) Convocar y presidir las reuniones, tanto ordinarias como extraordinarias, de la Asamblea General y de la Junta Directiva, fijando el orden del día de las mismas con antelación suficiente.
- b) Convocar y presidir las Comisiones que en el seno de la asociación se constituyan con cualquier finalidad relacionada con su objeto específico, pudiendo delegar, en su caso, la presidencia de dichas Comisiones en un miembro de la Junta Directiva.
- c) Decidir con su voto de calidad las votaciones en las que se haya producido empate.
- d) Actuar en nombre de la Agrupación, como ejecutor de los acuerdos y resoluciones de la Asamblea General y de la Junta Directiva, ostentando la representación legal de la misma en todos los órdenes y ante toda clase de Autoridades, Organismos, Tribunales y particulares, firmando al efecto cuantos escritos, documentos públicos y/o privados y contratos sean necesarios o convenientes.
- e) Velar por el más exacto cumplimiento de la normativa vigente en cada momento, relacionada con la actividad de la asociación, de cuanto se previene en los presentes Estatutos,

así como de los acuerdos y resoluciones adoptados por la Asamblea General y la Junta Directiva.

f) Llevar la dirección de la asociación, resolviendo sobre cuantos asuntos se planteen sin perjuicio de que las decisiones adoptadas en supuestos de urgencia sean sometidas a la resolución final, en su caso, de la Asamblea General o de la Junta Directiva.

g) Autorizar con su firma las actas de cuantas reuniones se celebren, así como cuantas certificaciones de las mismas o de cualquier otro extremo se expidan por el Secretario General.

h) Abrir y cancelar todo tipo de cuentas corrientes en cualquier entidad bancaria y respecto a las mismas ingresar y retirar las cantidades que estime oportuno, disponiendo libremente de las mismas o de sus saldos respectivos, firmar y suscribir talones, cheques y cuantos resguardos se le exijan, y ordenar transferencias y pagos con cargo a las expresadas cuentas. Constituir y retirar de cualquier entidad bancaria, depósitos e imposiciones de cualquier clase o tipo a nombre de la asociación o que a la misma corresponda por cualquier título, incluso los depósitos de dinero en efectivo consignados en dichos establecimientos, firmando al efecto los resguardos, talones y recibos correspondientes.

i) Ordenar los ingresos y pagos que hayan de verificarse con cargo a los fondos de la asociación.

j) Evacuar cuantas consultas le sean formuladas por los asociados, asesorándoles e informándoles en todo momento de cuanto sea pertinente en relación con las actividades propias de la agrupación a la que pertenezcan (artesanos, agricultores o ganaderos).

k) Ejercer cuantas demás funciones sean propias o consecuencia del cargo que ostente, así como aquellas que expresamente le delegue la Asamblea General o la Junta Directiva.

2. En el caso de ausencia o enfermedad será sustituido por el Vicepresidente.

3. El Presidente cesará en los siguientes casos:

a) Por cumplimiento del plazo para el que resultó elegido.

b) Por fallecimiento.

c) Por dimisión.

d) Por incapacidad permanente que le impida el desarrollo de su cometido, acordada por el voto mayoritario de las 2/3 partes de la Asamblea General Extraordinaria.

e) Por sanción disciplinaria.

Capítulo IV

Del Vicepresidente, secretario y tesorero.

Artículo 14°. Del Vicepresidente.

El Vicepresidente asumirá en los casos de ausencia, enfermedad o vacante del Presidente, la totalidad de funciones que a éste corresponden.

Artículo 15°. Del secretario.

El Secretario General de la ASOCIACIÓN, de acuerdo con las instrucciones que al efecto reciba del Presidente, ejercerá las siguientes funciones:

- a) Redactar y dirigir la convocatoria y orden del día de las reuniones de la Asamblea General, Junta Directiva y Comisiones.
- b) Llevar los Libros de Actas y redactar y firmar las correspondientes a las reuniones que celebren los órganos citados en el apartado anterior.
- c) Llevar el Libro-Registro de Socios y documentación correspondiente a cada uno de ellos obrantes en la asociación.
- d) Recibir cuanta documentación vaya dirigida a la asociación o a sus órganos de gobierno, dando cuenta inmediatamente de ella al Presidente.
- e) Extender y autorizar con su firma las comunicaciones, resoluciones y circulares que por orden de la Asamblea General, la Junta Directiva o el Presidente hayan de dirigirse a los asociados o a terceras personas.
- f) Redactar la memoria que sobre las actividades de la asociación haya de someterse a la consideración de la Asamblea General.
- g) Custodiar y archivar la documentación y efectos de la asociación.
- h) Redactar con el visto bueno del Presidente cuantas certificaciones hayan de expedirse por la asociación.
- i) Atender cuantas consultas y peticiones puedan formularse por los asociados, dando cuenta de ellas en su caso a los órganos de gobierno de la asociación.
- j) Las que, con carácter general o bien para cada caso en concreto, le sean encomendadas por la Asamblea General, la Junta Directiva o el Presidente, en particular el asesoramiento y ayuda a la Junta Electoral.

Preparar cuanta documentación afecte a la marcha administrativa de la asociación velando, en cada momento, por el cumplimiento de las disposiciones legales vigentes en materia de asociaciones.

Artículo 16º. Del Tesorero

Custodiará los fondos pertenecientes a la asociación y dará cumplimiento a las órdenes de pago que expida el Presidente.

El Tesorero presentará el presupuesto anual de ingresos y gastos, así como el estado de cuentas del año anterior, que deben ser presentados a la Junta Directiva, para que ésta, a su vez, les someta a la aprobación de la Asamblea General.

TITULO III DE LA ASAMBLEA GENERAL

Artículo 17. Definición

La Asamblea General, debidamente convocada y que estará integrada por todos los asociados con derecho a voto, tiene como órgano supremo de la asociación las más amplias facultades para la deliberación y resolución de cuantos asuntos tengan relación con los fines de la misma, reuniéndose siempre que lo acuerde la Junta Directiva.

Artículo 18. Convocatoria

La Asamblea General será convocada, por escrito, expresando el lugar, fecha y hora de la reunión, a petición propia del Presidente, por la Junta Directiva ó del diez por ciento de los socios con derecho a voto.

Entre la convocatoria y el día señalado para la celebración de la Asamblea en primera convocatoria, habrán de mediar al menos quince días, asimismo se hará constar la fecha en la que, si procediera, se reunirá la Asamblea General en segunda convocatoria, sin que entre una y otra reunión pueda mediar un plazo inferior a veinticuatro horas. En el supuesto de que no se hubiera previsto en el anuncio la fecha de la segunda convocatoria deberá ser hecha ésta con ocho días de antelación a la fecha de la reunión.

En la convocatoria se señalará: el orden del día, que habrá de comenzar con la lectura del acta de la sesión anterior y habrá de terminar con ruegos y preguntas.

No obstante lo anterior, la Asamblea General se entenderá convocada y quedará válidamente constituida para tratar cualquier asunto, siempre que estén presentes la totalidad de los miembros de la asociación y los asistentes acepten por unanimidad la celebración de la Asamblea.

Obligatoriamente la Asamblea General deberá ser convocada en sesión ordinaria, al menos, una vez al año, dentro del primer semestre, para:

- a) Aprobar el plan general de actuación de la asociación.
- b) Censurar o aprobar la gestión de la Junta Directiva.
- c) Liquidar el presupuesto de ingresos y gastos del año anterior y para discutir y, en su caso, aprobar, los presupuestos anuales de ingresos y gastos, así como el estado de cuentas correspondiente al año anterior.
- d) Aprobar una memoria descriptiva de las actividades realizadas durante el mismo.

La Asamblea General se reunirá en sesión extraordinaria cuando lo exijan las disposiciones vigentes o así lo acuerde la Junta Directiva en atención a los asuntos que deban tratarse.

Artículo 19º. Requisitos de la Convocatoria.

Las Asambleas Generales, tanto Ordinarias como Extraordinarias, quedarán válidamente constituidas en primera convocatoria cuando concurran a ella, presentes o representados, la mayoría de los socios. En segunda convocatoria será suficiente cualquiera que sea el número de miembros presentes.

Los asociados podrán asistir a la Asamblea General por medio de representantes debidamente autorizados. La representación deberá recaer en todo caso en persona que ostente la cualidad de miembro de pleno derecho de la asociación.

Artículo 20. De la toma de acuerdos.

Los acuerdos que tome la Asamblea General reunida en sesión ordinaria se adoptarán por la mayoría os votos presentes o representados. En caso de empate decidirá el voto de calidad de quién presida la Asamblea General.

Cada asociado tendrá un voto sea cual fuera el negocios o servicios de los que fuera propietario.

Artículo 21º. Competencias

Serán competencias de la Asamblea General Ordinaria:

- a) La discusión, aprobación y censura, en su caso, de la Memoria sobre la actuación de la asociación desde la Asamblea ordinaria anterior, así como la correspondiente a sus órganos de gobierno.
- b) La aprobación y liquidación de la cuenta general de ingresos y gastos del ejercicio económico anterior, intervenida por los censores que la propia Asamblea haya designado.
- c) La discusión y aprobación del presupuesto ordinario de ingresos y gastos para el ejercicio económico siguiente y la designación de los censores que hayan de intervenir en su momento la cuenta general de aquel.
- d) La discusión y aprobación del presupuesto extraordinario de ingresos y gastos que en su caso proceda.
- e) La delegación en la Junta Directiva, total o parcialmente, de la facultad de ampliar el presupuesto de gastos durante el ejercicio, o disponer indispensables transferencias de créditos presupuestarios.
- f) La discusión y aprobación del Reglamento de régimen interior de la asociación, que en ningún caso podrá contener preceptos contrarios a los presentes Estatutos.
- g) La decisión sobre los proyectos y propuestas que presente la Junta Directiva, así como sobre las proposiciones que formulen los socios, deberán éstas ir firmadas, al menos por el cinco por ciento de los mismos.
- h) Cuantos demás asuntos que, no siendo de la competencia de la Asamblea Extraordinaria, acuerde el Presidente incluir en el orden del día.
- i) Cualquier otra competencia que le venga atribuida por el ordenamiento vigente.

TITULO IV

DE LA ASAMBLEA GENERAL EXTRAORDINARIA

Artículo 22. Convocatoria y competencias.

La Asamblea General deberá ser convocada en sesión extraordinaria, siendo en todo caso necesario el voto favorable de las dos terceras partes de los asociados presentes o representados, siempre que se trata de tomar los siguientes acuerdos:

- a) La modificación de los presentes Estatutos.

- b) Tomar dinero a préstamo, emitir títulos transmisibles representativos de deuda o parte alícuota patrimonial.
- c) Disposición o enajenación de bienes inmuebles.
- d) Solicitud de declaración de utilidad pública o de Institución Privada de carácter cultural.
- e) La disolución de la ASOCIACIÓN
- f) La fijación de los precios que la asociación pagara como máximo a cada uno de sus asociados por la prestación de sus servicios.
- h) De la misma manera, se habrá de convocar Asamblea General Extraordinaria para proceder al cambio del ámbito territorial de la Asociación y la remoción del Presidente por incapacidad permanente.

Las elecciones a Junta Directiva se realizarán mediante la convocatoria de la oportuna Asamblea General Extraordinaria, convocada a esos únicos efectos, según lo establecido en los presentes Estatutos.

TITULO V

DE LOS SOCIOS

Capítulo I

De las Generalidades

Artículo 23. Definición.

Podrá ser miembro de la asociación quien siendo propietario de bienes que le permitan ofrecer servicios agroturísticos o complementarios, tenga capacidad de obrar y cumpla con los reglamentos establecidos por la asociación.

El número de asociado será ilimitado y cada socio tendrá únicamente derecho a un voto.

Artículo 24. Requisitos para ser socio.

1. Para ser admitido como nuevo asociado será necesario ser reconocido como propietario, individualmente o en pro-indiviso como propietarios de bienes que le permitan obrar en cualquier actividad agroturística o complementaria dentro de la zona establecida.

Para su admisión como miembro el propietario formulará su solicitud por escrito al Presidente de la asociación, acreditando el cumplimiento de los requisitos anteriormente mencionados, y

en su caso, si así lo acordase la Asamblea General correspondiente pagando la oportuna cuota de ingreso.

2. Las solicitudes serán sometidas a la Junta Directiva en la primera reunión que se celebre, la cual podrá denegar la admisión motivadamente, sin que exista ningún recurso contra su acuerdo.

3. Una vez admitida la solicitud, y siempre que cumpla con todos los deberes establecidos por esta asociación, el asociado podrá ejercitar los derechos que le corresponden.

Artículo 25. Altas y Bajas.

A los efectos de constancia y garantía de los miembros de la asociación, ésta llevará un libro registro de los mismos, diligenciado por el Secretario de la Junta Directiva, con el visto bueno del Presidente y que servirá de base para la expedición de los oportunos certificados.

A todos los efectos, no se adquiere la condición de socio en tanto no se satisfagan los derechos o cuota de entrada en la cuantía y forma que establezca la Asamblea General.

Serán bajas como asociados aquellos que lo soliciten expresamente o dejen de tener la condición de propietario, no obstante ésta no tendrá carácter definitivo hasta que no haya transcurrido un mes, a partir de la presentación de la solicitud y siempre y cuando esté al corriente en el pago de cuantas cantidades por todos los conceptos venga obligado a realizar a la asociación, de acuerdo con el presupuesto en vigor al producirse la baja.

Capítulo II

De los derechos y deberes

Artículo 26. De los derechos.

Son derechos de los asociados:

- a) Contribuir al cumplimiento de los fines específicos de la asociación.
- b) Separarse libremente de la asociación.
- c) Conocer las actividades de la asociación y examinar su documentación previa petición razonada a la Junta Directiva.
- d) Expresar libremente sus opiniones en el seno de la asociación.

- e) Asistir con voz y voto a las reuniones de la Asamblea General y poder ser elector y elegible para los órganos de representación y gobierno, siempre que tenga plena capacidad de obrar.
- f) Utilizar los servicios que específicamente sean creados por la asociación.
- g) Ejercitar las acciones y recursos a que haya lugar en defensa de sus derechos como asociado e instar de la Asociación para que interponga las acciones y recursos oportunos en defensa de los intereses de la misma y de sus asociados, cuando fuesen dañados los intereses de la actividad turística y su entorno actuando siempre dentro de los reglamentos oficiales.
- h) Presentar cuantas proposiciones considere convenientes en orden al cumplimiento del objetivo específico de la asociación.
- i) Los demás que se deriven de los presentes estatutos y de cuantas disposiciones sean aplicables de la asociación.

Artículo 27. De los deberes.

- a) Asistir con voz y voto, por sí o representado por otro asociado, a las reuniones de la Asamblea General y particular en la elección de los representantes y dirigentes de la asociación.
- b) Acatar y cumplir los presentes Estatutos, así como sus posibles modificaciones ulteriores, Reglamentos y demás disposiciones que sean de aplicación a la asociación, así cuantos acuerdos sean válidamente adoptados por los órganos de gobierno de la asociación en la esfera de sus respectivas competencias y de conformidad con lo previsto en los presentes Estatutos.
- c) Desempeñar los cometidos que eventualmente se le encomienden por los órganos de gobierno de la asociación.
- d) Desempeñar los cargos directivos para los que fueren elegidos, salvo en los casos con excusa suficiente y debidamente justificados.
- e) Cuidar los intereses de la asociación, poniendo en conocimiento de ésta los hechos que puedan constituir perjuicio o riesgo para sus fines específicos.
- f) Contribuir al sostenimiento y difusión del objeto específico de la asociación.
- g) Abonar las cuotas de entrada y las periódicas que acuerde la Junta Directiva.

Capítulo III

Del Régimen Sancionador y Disciplinario

Artículo 28. De las sanciones.

Los miembros de la asociación podrán recibir las sanciones a que se hagan acreedores por incumplimiento doloso de sus obligaciones. Estas sanciones podrán comprender desde la pérdida de sus derechos durante un mes como mínimo, hasta la separación definitiva de la Asociación.

Artículo 29. Del procedimiento sancionador.

No obstante, no podrá ser sancionado ningún asociado sin antes no haberle sido instruido el correspondiente expediente sancionador conforme al procedimiento que apruebe la Junta Directiva en el correspondiente Reglamento de Régimen Interior, en el que aquél deberá ser oído.

Artículo 30. De la baja o separación forzosa de la asociación.

En los casos de incumplimiento y/o inobservancia grave, por alguno de los asociados, de lo Preceptuado en estos Estatutos, la Junta Directiva podrá acordar la separación del mismo en la asociación, previa la instrucción y fallo del correspondiente expediente y en consonancia con lo preceptuado en el correspondiente Reglamento de Régimen Interior, dando cuenta de ella a la Asamblea General en la primera reunión que ésta celebre.

En todos los casos de separación, la Junta Directiva adoptará las disposiciones y garantías que estime procedentes para asegurar la efectividad de los acuerdos, así como de los compromisos y operaciones pendientes de realización por parte del miembro separado, quién será considerado deudor de la asociación respecto a cuantas cantidades tenga pendientes de abono a ésta.

TITULO VI

DEL REGIMEN ECONOMICO

Capitulo I

Del patrimonio

Artículo 31. Del patrimonio de la Asociación.

El patrimonio actual de la asociación asciende a: _____

Los bienes, recursos e ingresos de la ASOCIACIÓN, sólo podrán destinarse para fines de comercialización, capacitación para los asociados cuando la asamblea considere necesario o de para invertir en servicios que los asociados no puedan brindar y sin que, en ningún caso, puedan repartirse beneficios entre los asociados.

La administración del patrimonio de la ASOCIACIÓN recaerá en la Junta Directiva, salvo en aquellas competencias que sean de la Asamblea General.

Capítulo II

Del régimen presupuestario y liquidación de cuentas

Artículo 32. Del presupuesto y la liquidación.

La vida económica de la Asociación se acomodará al régimen presupuestario. Los presupuestos serán anuales, coincidiendo su vigencia con el año natural y recogerán fielmente la estimación de ingresos y gastos de la Asociación.

Los presupuestos se redactarán por el Gerente en colaboración con los encargados de cada unidad bajo su cargo y éste los presentará al Presidente de la junta para que los eleve a la asamblea para su aprobación.

El presupuesto y liquidación del ejercicio anterior estará a disposición de cualquier miembro que lo solicite, durante quince días antes de la celebración de la Asamblea General de la asociación en la que hayan de aprobarse.

El límite máximo del presupuesto anual será el estimado el Gerente y discutido con la Junta Directiva.

Artículo 33. Ingresos

Los ingresos de la Asociación procederán de:

- a) De las cuotas, de sus asociados.
- b) Del porcentaje fijado (40%) sobre el costo unitario total del paquete agroturístico.

Artículo 34. Gastos

Los gastos a que de lugar el sostenimiento de la asociación se sufragarán con las cuotas aprobadas, así como, en su caso, con los porcentajes, aportaciones ingresos y rendimientos anteriormente indicados.

Únicamente el patrimonio de la asociación podrá responder de los compromisos tomados por ella. En ningún caso sus miembros, incluso aquellos que la hayan administrado, tendrán

responsabilidad personal de ninguna clase, salvo que sea declarada expresamente por los tribunales de Justicia.

Artículo 35. Cobros y Pagos

La autorización de cobros y la ordenación de pagos de la asociación podrán efectuarse indistintamente por el Presidente y el Tesorero o por aquellas personas en quien estos deleguen.

Todos los documentos de cobros y pagos serán firmados por el Jefe de administración y finanzas.

En cuanto a la disponibilidad de fondos de la asociación en cuentas bancarias, se estará a lo que acuerde la Junta Directiva. Para la disposición de fondos será necesaria, en cualquier caso, la firma del Presidente, o en su caso quién desempeñe sus funciones y además la del Secretario y/o Tesorero, bastando cualquiera de sus firmas si faltase uno de ellos.

Los pagos hechos a los asociados en concepto de sus servicios prestados a los turistas, se realizarán quince días después de haber proporcionado sus servicios.

TITULO VII

DEL REGIMEN DOCUMENTAL Y CONTABLE DE LA ASOCIACIÓN

Artículo 36. Régimen documental y contable de la Asociación.

a) El Libro-Registro de socios, en el que constarán sus nombres y apellidos, documento Nacional de Identidad y en su caso, cargos de representación, gobierno y administración que ejerzan en la asociación. También se especificará en el Libro-Registro de socios las fechas de Altas y Bajas y las de toma de posesión y cese de los cargos aludidos.

b) Los Libros de Actas, que consignarán las reuniones que celebren la Asamblea General y la Junta Directiva, con expresión de la fecha, asistentes, asuntos tratados y acuerdos adoptados.

Las actas serán suscritas, por el Presidente y el Secretario del órgano colegiado. De cada Acta el Secretario, con el visto bueno del presidente, expedirá las certificaciones a que hubiere lugar.

c) Los Libros de Contabilidad, en los que figurarán el Patrimonio, derechos y obligaciones, así como todos los ingresos y gastos de la asociación, debiendo precisarse la procedencia de aquellos y la inversión o destino de éstos.

d) El balance de la situación y las cuentas de sus ingresos y gastos, de la asociación deberá formalizar durante el primer mes de cada año y se pondrá en conocimiento de sus asociados.

Artículo 37. Obligaciones contables.

La Asociación tendrá las obligaciones contables previstas en las normas reguladoras del Impuesto sobre Sociedades, sin perjuicio de que deba llevar la contabilidad exigida por el Código de Comercio y disposiciones complementarias cuando realicen alguna explotación económica.

TITULO VIII

DE LA EXTINCION O LIQUIDACION DE LA ASOCIACIÓN

Artículo 38. De la extinción de la Asociación.

La asociación se extinguirá por las siguientes causas:

- a) Por decisión de la Asamblea General, adoptada por las dos terceras partes de los socios presentes ó representados con derecho a voto.
- b) Por sentencia Judicial.
- c) Por las demás causas que determinen las leyes.

Artículo 39. De la liquidación de la Asociación.

Acordada o resuelta la disolución, habrán de liquidarse todas las obligaciones que la Asociación tenga pendientes con sus asociados o con terceros constituyéndose al efecto la Junta Directiva en Comisión Liquidadora, a cuyo efecto llevará a cabo los acuerdos que adopte la Asamblea General.

El patrimonio resultante de la disolución de la ASOCIACIÓN se destinará conforme lo establecido en la legislación vigente o de acuerdo con lo que señale la autoridad competente.

DISPOSICION FINAL

Dichos Estatutos entrarán en vigor desde la aprobación de los mismos.

ANEXO 7

ANEXO 8



INSCRIPCIÓN DE EMPRESA.



Empresas Nuevas (Aperturas e Inactivas)

IMPORTANTE

Los datos que usted proporcione serán utilizados confidencialmente, tal como lo establece el Art. 18 de la Ley del Servicio Estadístico Nacional, lo cual dice:
 "Los datos que recopile la Dirección General de Estadística y Censos son absolutamente reservados. No podrán utilizarse para fines de tributación fiscal o investigaciones judiciales y sólo se publicarán los resúmenes numéricos que contribuyan de manera absolutamente impersonal, a la mejor información y a la solución de los distintos problemas de orden económico-social que confronten el Estado y los particulares..."

T-1 PARA USO DE OFICINA									
FORM.	NUMERO DE SOLVENCIA	R E G	DEPTO.	MUNIC	CANTON	ZONA	SEGMENTO	MANZANA	ACTIVIDAD ECONOMICA
06									

I. CARACTERISTICAS GENERALES DEL ESTABLECIMIENTO

A. LOCALIZACION

- | | |
|------------------------|------------------|
| 1. Departamento: _____ | 3. Cantón: _____ |
| 2. Municipio: _____ | 4. Zona: _____ |
| | 5. Región: _____ |

IDENTIFICACION

- | | |
|---|-------------------------------|
| 6. Nombre comercial del establecimiento: _____ | 9. Teléfono: _____ |
| 7. Nombre del propietario ó razón social: _____ | 10. Fax: _____ |
| 8. Dirección del establecimiento: _____ | 11. Apartado postal N°: _____ |

B. ACTIVIDAD ECONOMICA

12. Descripción: _____
13. Cuantos meses operó el establecimiento durante 19 ____ ? ____
14. Organización jurídica del establecimiento (marque con una X la casilla correspondiente)
- | | | | | | |
|--------------|--------------------------|----------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|
| Individual | <input type="checkbox"/> | Sociedad de personas | <input type="checkbox"/> | Sociedad de capital | <input type="checkbox"/> |
| Cooperativas | <input type="checkbox"/> | Otro tipo | <input type="checkbox"/> | | |

INSCRITO EN EL REGISTRO DE COMERCIO

- | | |
|---------------|-----------------------------------|
| Numero: _____ | Libro N°. _____ |
| Folios: _____ | Del registro de propiedades _____ |
| | San Salvador, _____ |

Fecha

Informante

ANEXO 9

MODELO DE SOLICITUD DE MATRICULAS DE EMPRESA Y ESTABLECIMIENTO CUANDO SU PROPIETARIO ES UNA PARSONA SOCIAL

SEÑOR JEFE DEL DEPARTAMENTO DE REGISTRO DE MATRICULAS DE COMERCIO Y PATENTES DE COMERCIO E INDUSTRIA.

Yo, _____ (Nombre y generales del representante legal) de la sociedad, solicito se escriba anombre de mi representada (por primera vez o renovación) como es el caso, la empresa (él o los establecimientos) de su propiedad, cuyas características doy a continuación juntamente con los demás datos requeridos al efecto.

DATOS DE LA SOCIEDAD

Nacionalidad: _____, Domicilio _____, Número, lugar y fecha de inscripción de la escritura social, en el Registro de Comercio, _____
Nit.: _____, Matrícula personal de Comerciante Social, _____
(en trámite) (o el número en su caso).

DATOS DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa: _____, Direccion, (o lugar donde opera): Naturaleza _____
Direccion: _____, (Comercial, industrial, de servicios, etc.) Actividad económica _____ (compra venta de _____ transportes de _____, etc.)
Fecha de apertura o inicio de operaciones: _____, Monte del Activo: _____
(en letras) (₡ _____) (en números)

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO (S) SUCURSAL (ES) AGENCIAS CUANDO LO HUBIEREN.

1. Nombre del Establecimiento: _____ Direccion: _____
Naturaleza _____ (compra, venta, confeccion: _____, etc.)

2. Fecha de apertura: _____.

Solicito asimismo que se me extienda la constancia respectiva.

Presento la siguiente documentación (detallar los documentos presentados según el caso).

Autorizo a: _____ (Nombre de la persona que autoriza), para que reciba los documentos que me devuelvan y la constancia que se me extienda.

Señalo para Notificación la dirección siguiente: _____

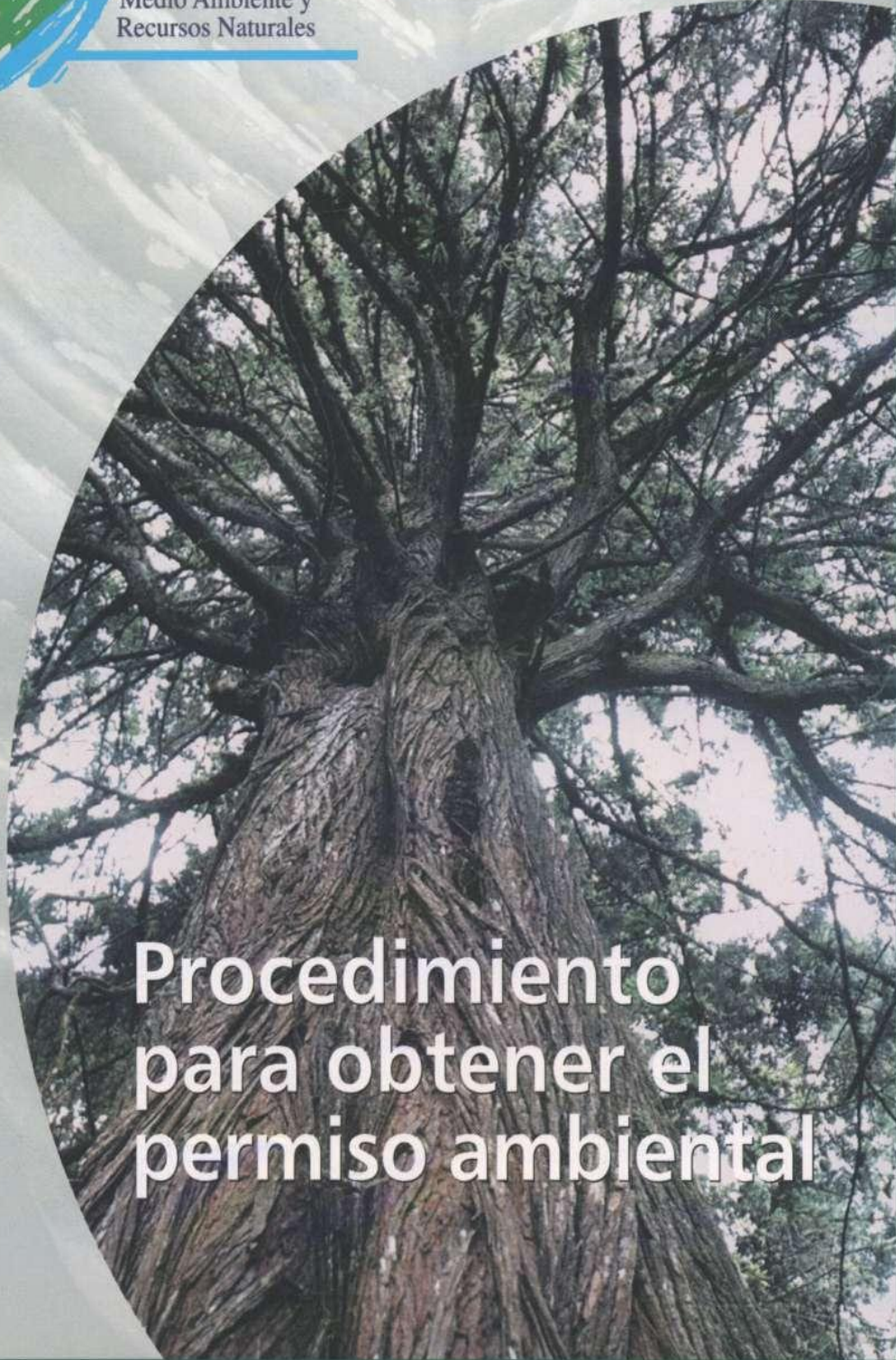
San Salvador, _____ de _____ De Dos Mil _____

F. _____
Representante legal:

ANEXO 10



Ministerio de
Medio Ambiente y
Recursos Naturales



Procedimiento para obtener el permiso ambiental

Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales

Procedimiento para obtener el permiso ambiental

1

El Titular debe consultar en la Ley de Medio Ambiente si su actividad, obra o proyecto requiere **Permiso Ambiental**. (Artículos 21, 60, 62, 63, 82).



2

Si su actividad, obra o proyecto requiere Permiso Ambiental: solicitar el Formulario Ambiental correspondiente en la Dirección de Gestión Ambiental del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN), llenarlo correctamente y presentarlo con los anexos siguientes:

- Plano de ubicación geográfica que indique claramente el acceso y reconocimiento del sitio del proyecto
- Documentación que pruebe la propiedad o tipo de tenencia del terreno en que se desarrollará la actividad, obra o proyecto
- Fotocopia de Cédula de Identidad Personal o escritura de constitución de sociedad, según si el Titular es persona natural o jurídica, respectivamente.



3

El MARN notificará al Titular el paso a seguir para obtener el Permiso Ambiental, en un plazo no mayor de **20 días hábiles** (Artículo 22 del Reglamento General de la Ley de Medio Ambiente).

4

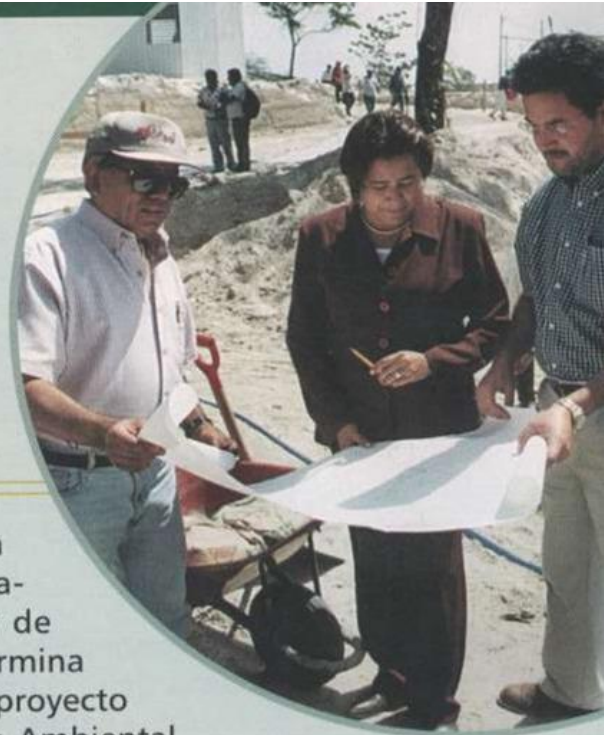
Si del proceso de aplicación del Artículo 22 del Reglamento General de la Ley de Medio Ambiente, se determina que para la ejecución del proyecto no se requiere de Permiso Ambiental, el Titular recibirá la respectiva notificación; o bien, el Titular recibirá los Términos de Referencia que deberá satisfacer el Estudio de Impacto Ambiental cuando se requiera.

5

El Titular deberá contratar un equipo multidisciplinario para la elaboración del Estudio de Impacto Ambiental correspondiente, de acuerdo a los Términos de Referencia emitidos por el MARN. (Artículo 23 de la Ley de Medio Ambiente).

6

El Titular tiene la responsabilidad de conocer el contenido del Estudio de Impacto Ambiental y estar de acuerdo con él, previo a su presentación al MARN para su evaluación.





7 El Titular deberá hacer del conocimiento público la disponibilidad del Estudio de Impacto Ambiental para su análisis y observaciones. Y para aquellos Estudios de Impacto Ambiental cuyos resultados reflejen la posibilidad de afectar la calidad de vida de la población o de amenazar riesgos para la salud y bienestar humanos y el medio ambiente se organizará por el Ministerio una consulta pública del proyecto (Artículo 25 de la Ley de Medio Ambiente; Artículo 32 del Reglamento General de la Ley).

8 El MARN notificará la resolución derivada de su evaluación, pudiendo ser un Dictamen Técnico con observaciones o el requerimiento de rendir la fianza de cumplimiento ambiental que corresponda (Artículo 24 de la Ley de Medio Ambiente).

9 En el primer caso, el Titular debe satisfacer las observaciones a la brevedad posible, para continuar el proceso de obtención del Permiso Ambiental. En el segundo caso, deberá rendir la fianza correspondiente como paso final para la obtención del permiso. De acuerdo a la Ley de Medio Ambiente, la evaluación y aprobación del Estudio de Impacto Ambiental deberá ser en un plazo máximo de 60 días, en los tiempos efectivos que corresponden al MARN.

10 El Titular debe conocer que el Permiso Ambiental no constituye una autorización para el inicio de la ejecución del proyecto, ni excluye de obtener las autorizaciones necesarias de otras instituciones competentes.





**Estudio de impacto ambiental
Permiso ambiental
Procedimientos técnicos y administrativos**



Alameda Roosevelt y 55 Av. Norte, Edificio Torre El Salvador (IPSFA)
Tel.: 260-8900 y Fax: 260-3117
<http://www.marn.gob.sv>
master@marn.gob.sv



Contenido

Presentación	3
I. Condiciones fundamentales para realizar una evaluación de impacto ambiental.....	5
II. ¿Cuándo y cómo debe elaborarse el estudio de impacto ambiental?	5
III. Contenido básico	5
IV. Procedimiento administrativo	9



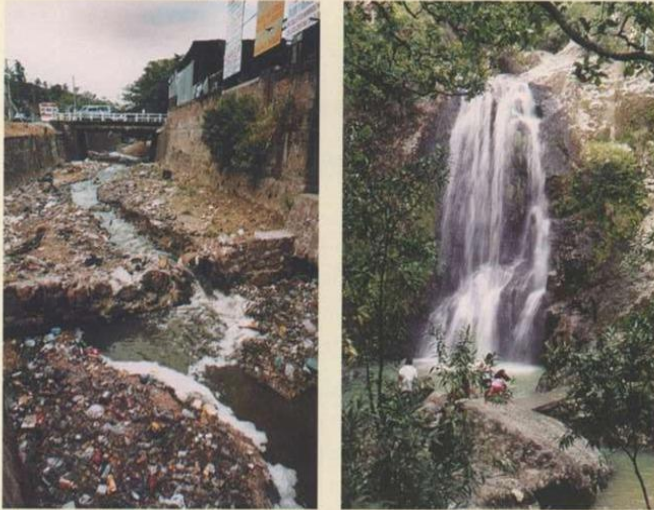
Las actividades, obras o proyectos a iniciar deben prevenir daños al medio ambiente.

Presentación

El Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales tiene como misión la coordinación de la gestión ambiental para contribuir a que la sociedad salvadoreña se desarrolle en forma sostenible. Lo anterior se puede alcanzar si toda actividad obra o proyecto es parte del Sistema de Evaluación Ambiental, que tiende a ordenar ambientalmente el país y procurar su mejor desarrollo

La evaluación del impacto ambiental es importante porque sirve para decidir sobre la mejor alternativa de ejecución, considerando la viabilidad ambiental de un proyecto

El Titular de cualquier actividad, obra ó proyecto, señalado en la Ley de Medio Ambiente, debe presentar el Estudio de Impacto Ambiental correspondiente en las primeras etapas de obtención del Permiso Ambiental para su ejecución



Nuestros recursos se agotan, sin embargo, pueden restablecerse ejecutando las medidas del Programa de Manejo Ambiental.

Este folleto informativo contiene los procedimientos técnicos y administrativos, que debe conocer el titular que presente su Estudio de Impacto Ambiental a esta Secretaría de Estado para obtener el Permiso Ambiental. Con este material, pretendemos resolver algunas dudas con respecto al tema y contribuir con las empresas que buscan la protección y conservación de los recursos naturales, en el desarrollo de sus proyectos.

I. Condiciones fundamentales para realizar una evaluación de impacto ambiental

- Que exista un proyecto
- Que exista un lugar donde se habrá de ejecutar el proyecto

II. ¿Cuándo y cómo debe elaborarse el estudio de impacto ambiental?

- De preferencia en la fase de prefactibilidad o factibilidad
- Considerando el diseño final de una actividad, obra o proyecto
- Debe elaborarlo un equipo multidisciplinario
- Debe elaborarse utilizando técnicas que predigan los posibles impactos al medio ambiente.

III. Contenido básico

- a) Título y autores
- b) Resumen ejecutivo del estudio

En el resumen se deberá presentar:

- Los aspectos más importantes del estudio, para poder responder a las preguntas: ¿en qué consiste el proyecto? ¿cuáles son los impactos ambientales?, ¿cuáles son las medidas ambientales para prevenir, atenuar y compensar los impactos ambientales identificados?

- Las inversiones ambientales y cronograma de ejecución del proyecto.

c) Descripción del proyecto:

- Indicar las actividades básicas del proyecto, enmarcadas dentro de sus fases:
 - ✓ Preparación del sitio
 - ✓ Ejecución
 - ✓ Funcionamiento
 - ✓ Cierre o abandono, si procede
 - Detallar la infraestructura que será construida y el área de la misma
 - Incluir la adecuada presentación cartográfica a escalas apropiadas del área a ocupar
- Presentando los planos siguientes:
- ✓ Ubicación geográfica del proyecto
 - ✓ Plano del proyecto
 - ✓ Plano que muestre como quedará el proyecto, con la inclusión de las obras ambientales
- Proponer tecnología de desarrollo limpio que evite el daño a los recursos naturales.

d) Consideraciones jurídicas y de normativa ambiental relativas a la actividad, obra o proyecto que se deben tomar en cuenta:

- Las autorizaciones necesarias para la ejecución del proyecto, que puedan ocasionar problemas legales
- Considerar las ordenanzas municipales emitidas para la jurisdicción donde se ubique el proyecto y que sean aplicables a este.

e) Descripción, caracterización y cuantificación del medio ambiente

- Presentar de la forma más detallada el sitio del proyecto y su entorno. Como mínimo detallar:



La emisión de gases es otro problema ambiental que causa daños, estos se deben priorizar y analizar al momento de desarrollar un proyecto.

- **Medio Físico:** Cuyo análisis debe contemplar aquellos elementos que se relacionarán entre sí y con el proyecto a ejecutar
- **Medio Biológico:** Levantar información correspondiente, mediante inspecciones de campo y muestreo adecuado
- **Medio Socioeconómico:** Levantar información correspondiente mediante encuestas u otro método sobre: la caracterización y estructura económica de las poblaciones en el área del proyecto, infraestructura y servicios existentes.

f) Identificación, priorización y cuantificación de los impactos ambientales:

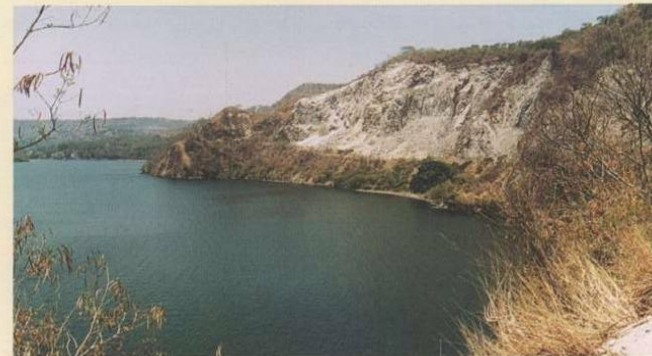
- Identificar primero las acciones del proyecto que interactúan con los factores ambientales tomando en cuenta las características del proyecto y la información ambiental existente
- Contar con la participación del equipo interdisciplinario
- Confeccionar matrices de interacción e identificación de impactos para realizar este análisis
- Hacer una descripción de las interacciones como posibles impactos
- Hacer una lista de impactos potenciales, con la finalidad de esta-

blecer cuales son significativos, teniendo en cuenta magnitud, importancia, extensión, duración, reversibilidad y probabilidad.

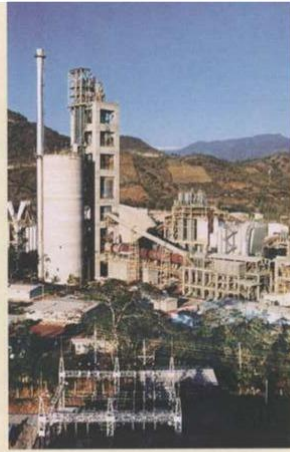
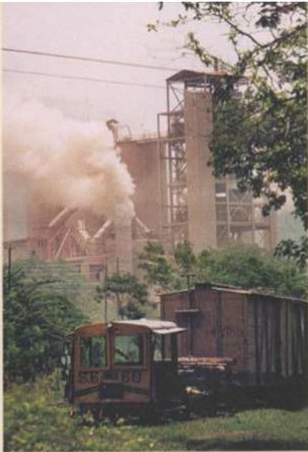
- g) Interpretación de los resultados del análisis beneficio-costos, rentabilidad y eficiencia, considerando factores económicos, sociales y ambientales:
- En el caso de los proyectos del sector público se debe incluir en el análisis de los indicadores económicos, flujo de costos y beneficios ambientales, detallando la incidencia del componente ambiental en los resultados obtenidos
- h) Determinación de las medidas ambientales para prevenir, atenuar o compensar los impactos negativos significativos, de acuerdo a su priorización (literal " f ")
- Detallar las medidas ambientales propuestas para los impactos ambientales significativos:
 - ✓ De prevención, atenuación y compensación de los impactos ambientales significativos
 - ✓ Determinar y detallar las inversiones en las obras físicas ambientales
 - ✓ Ubicación de las medidas ambientales en un plano a la misma escala que el resto
 - ✓ Un cronograma de ejecución de las medidas ambientales.
- i) Programa de Manejo Ambiental. Este debe contener:
- Componente de implementación de las medidas
 - Monitoreo: debe servir para verificar la efectividad de las medidas ambientales, orientar la corrección del programa de manejo ambiental, evitar problemas durante la auditoría ambiental
 - Cierre de operaciones y rehabilitación cuando proceda
 - En los casos que fuera necesario, el estudio de riesgo y su correspondiente plan de contingencia.

IV. Procedimiento administrativo

- El Titular de una actividad, obra o proyecto debe retirar el formulario ambiental correspondiente en la Dirección de Gestión Ambiental del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, el cual debe ser llenado correctamente y presentado al MARN. Para cada obra o proyecto existe un formulario específico según la naturaleza del mismo
- En el transcurso de 20 días, se le comunicará si necesita o no elaborar un Estudio de Impacto Ambiental. Si se requiere, el MARN entregará los lineamientos de los términos de referencia para la elaboración del Estudio de Impacto Ambiental
- El Titular deberá contratar un equipo multidisciplinario para la elaboración del Estudio de Impacto Ambiental correspondiente, de acuerdo a los Términos de Referencia emitidos por el MARN. (Artículo 23 de la Ley de Medio Ambiente)
- El Titular tiene la responsabilidad de conocer el contenido del



La cantidad y calidad del recurso hídrico es una prioridad nacional.



La identificación de las acciones del proyecto que puedan causar impactos al medio ambiente debe incluirse en el estudio de impacto ambiental.

Estudio de Impacto Ambiental y estar de acuerdo con él, previo a su presentación al MARN para su evaluación

- El Titular deberá hacer del conocimiento público la disponibilidad del Estudio de Impacto Ambiental para su análisis y observaciones. Y para aquellos Estudios de Impacto Ambiental cuyos resultados reflejen la posibilidad de afectar la calidad de vida de la población o de amenazar riesgos para la salud y bienestar humanos y el medio ambiente se organizará por el Ministerio una consulta pública del proyecto. (Artículo 25 de la Ley de Medio Ambiente; Artículo 32 del Reglamento General de la Ley)
- La Dirección de Gestión Ambiental del MARN emitirá, según sea el caso, el dictamen técnico respectivo, el cual es la base para que la Dirección de Asesoría Legal notifique al Titular el monto y plazo de la fianza
- El plazo para la emisión del permiso ambiental, posterior a la presentación de la fianza es de 10 días hábiles
- El Titular debe conocer que el Permiso Ambiental no constituye

una autorización para el inicio de la ejecución del proyecto, ni excluye de obtener las autorizaciones necesarias de otras instituciones competentes

- De acuerdo a la Ley de Medio Ambiente, la evaluación y aprobación del Estudio de Impacto Ambiental deberá ser en un plazo máximo de 60 días en los tiempos efectivos que corresponden al MARN

Lo más importante para obtener el Permiso Ambiental es conocer la Ley de Medio Ambiente, el Reglamento General, los Reglamentos Especiales y los procedimientos administrativos, así como el Estudio de Impacto Ambiental tomando en cuenta los contenidos básicos expuestos en este folleto.

La obtención del Permiso Ambiental contribuye con el desarrollo sostenible y al ordenamiento ambiental de los recursos naturales, a través de generar menos contaminación, menos riesgos de desastres naturales y proporcionar a la sociedad salvadoreña una mejor calidad de vida.

**TODO ESTÁ EN TUS MANOS,
SOLO TÚ PUEDES CAMBIAR EL FUTURO
AMBIENTAL DEL PAÍS**

Esta edición consta de 3000 ejemplares y ha sido financiada por Swisscontact

Se autoriza la reproducción de este material para repartir en forma gratuita.

El Salvador, Abril de 2001


swisscontact


Ministerio de
Medio Ambiente y
Recursos Naturales

Diseño y diagramación:

CICOP
Centro Integral de Comunicaciones
y Periodismo.

Fotografía: Teyo Orellana
Diseño: Claudia Perla

ANEXO 11

ANEXO 12