

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



Universidad de El Salvador
Hacia la libertad por la cultura

**“PROPUESTA DE FORTALECIMIENTO A LAS INICIATIVAS DE MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS CON POTENCIAL TURÍSTICO A TRAVÉS DE UN DIAGNÓSTICO TERRITORIAL EN
EL MUNICIPIO DE HUIZÚCAR, DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD”**

Trabajo de investigación presentado por:

**CARRILLO CUBIAS, JULIO ALBERTO
CASTILLO CAMPOS, MEYLIN YAMILET
HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, EDITH OLIMPIA**

**Para optar al grado de
LICENCIADO(A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

NOVIEMBRE 2013

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR : Ing. Mario Roberto Nieto Lovo

SECRETARIO GENERAL : Dra. Ana Leticia de Amaya

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO : Master. Roger Armando Arias Alvarado

SECRETARIO(A) : M.B.A. José Ciriaco Gutiérrez Contreras

DOCENTE DIRECTOR : Lic. Abraham Vásquez Sánchez

COORDINADOR DE SEMINARIO : Lic. Rafael Arístides Campos

NOVIEMBRE 2013

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTRO AMÉRICA

AGRADECIMIENTOS

Es para mí un verdadero orgullo el poder redactar mis agradecimientos, inicio agradeciendo a Dios por bendecirme cada día y por permitirme llegar a este gran logro, sin tu voluntad Señor esto no sería posible. A mis papás que indudablemente son mi principal apoyo, papá gracias por tu ayuda, consejos y porque jamás has dejado que me dé por vencida, te amo Papá. A mi Mami gracias por ser paciente, darme ánimos, consejos y por no perder la fé en mi te amo Mamá. A mis hermanos los amo mucho y espero siempre estemos unidos sin importar las circunstancias. A mis queridos amigos Dios me ha bendecido con unos muy buenos y demás familia muchas gracias por darme aliento y ánimos para seguir adelante, gracias a mi amado Daniel, mi amor, mi amigo, gracias por apoyarme siempre, te amo amor. A mi mayor motor, mi hijo Daniel, por ser esa fuerza que siempre necesito, todo esto será fruto para ti. A Julio y Meylin, este es un regalo para los tres los quiero mucho gracias por la paciencia y entrega. También quiero agradecer en honor a quien hoy en día es mi ángel en el cielo, Mami Oly, gracias por todo tu amor y consejos te amaré siempre...Tengo tanto que agradecer y poco espacio para decir lo feliz que me siento, pero sin duda es un honor para mí decir, ¡lo hemos logrado! Dios los bendiga.

Edith Olimpia Hernández Rodríguez

Me permito, agradecer primeramente a Dios por darme la sabiduría y ser mi refugio a lo largo de estos años, a mi padre por ser ese apoyo incondicional y excepcional a mi vida, a mi madre por sus consejos, su amor y su tolerancia, a mis hermanos por estar siempre dispuestos y ser mi ayuda, a mi esposo que ha sido mi principal pilar en la recta final de mi carrera, a mi amado tesoro mi hijo Matthew que es el motor que me impulsa a poder alcanzar mis metas y a mis compañeros de tesis Julio y Edith por su paciencia y su valiosa amistad. De igual manera a mis maestros que aportaron lo mejor de sí para convertirme en una profesional, a mis asesores, a mi universidad y mi país que esperan que de lo mejor de mí.

Meylin Yamilet Castillo Campos

En honor y agradecimiento, el primero en mi lista es Dios por permitirme estar en plenitud de mis condiciones y llenarme de su bondad y sabiduría. A mis padres, Julio y Elda Miriam, siempre mi gran ejemplo de esfuerzo y superación, quienes me han dado todo y me han hecho ser una persona con valores y carácter y siempre han estado a mi lado cuando los necesito, los amo. Mis hermanas, por ser parte importante de mi vida y apoyarme. A mis abuelos, que me educaron de pequeño y de quienes nunca olvidare jamás su gran corazón y humildad, a quienes amo y recuerdo siempre. A todo el resto de mi familia, tíos-primos-sobrinos, todos quienes me motivaban a seguir adelante. Mis amigos, los verdaderos que han estado a mi lado dándome ánimos y que no puedo enumerar por ser muchos pero que saben quiénes son y que están siempre presentes en mi vida. A mis compañeras de tesis, Edith y Meylin, por su ayuda y aguante, por luchar juntos en esto. A todos les agradezco infinitamente, sin ustedes esto no sería posible..... Especialmente dedico este logro a mi hermosa Mamá que descansa eternamente pero que la llevare por toda mi vida en el corazón.

Julio Alberto Carrillo Cubías

| | |
|--|-----------|
| RESUMEN | i |
| INTRODUCCIÓN | ii |
| CAPÍTULO I: “GENERALIDADES Y ANTECEDENTES DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS TURÍSTICAS EN EL SALVADOR, CONCEPTOS DE DIAGNÓSTICO TERRITORIAL Y CLUSTER” | 1 |
| 1. MARCO REFERENCIAL DEL MUNICIPIO DE HUIZÚCAR | 1 |
| 1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL MUNICIPIO DE HUIZÚCAR | 1 |
| 1.2 ASPECTOS GÉNERALES DEL MUNICIPIO DE HUIZÚCAR | 1 |
| 1.2.1 ENTORNO GEOGRÁFICO | 1 |
| 1.2.2 ENTORNO ECONÓMICO | 2 |
| 1.2.3 ENTORNO SOCIAL | 9 |
| 1.2.4 ENTORNO CULTURAL | 11 |
| 1.2.5 ENTORNO CLIMÁTICO, FLORA Y FAUNA | 11 |
| 1.2.6 ENTORNO DE RECURSOS PROPIOS | 12 |
| 2. MARCO TEÓRICO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS (MYPES) EN EL SALVADOR 13 | |
| 2.1 DEFINICIÓN DE EMPRESA | 13 |
| 2.2 DEFINICIÓN DE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA (MYPES) | 13 |
| 2.3 CLASIFICACIÓN DE LAS MYPES | 15 |
| 2.4 IMPORTANCIA DE LAS MYPES | 16 |
| 2.5 CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPES | 17 |
| 2.6 INSTITUCIONES DE APOYO A LAS MYPES EN EL SALVADOR | 17 |
| 2.7 LAS MYPES TURÍSTICAS EN EL SALVADOR | 18 |
| 2.8 VENTAJAS DE LA MYPE TURÍSTICA | 19 |
| 2.9 LA PROBLEMÁTICA DE LA MYPE TURÍSTICA | 20 |
| 2.10 LA COOPERACIÓN EN LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA TURÍSTICA | 23 |
| 2.11 LA EMPRESA TURÍSTICA FAMILIAR | 24 |
| 2.12 ANTECEDENTES DE INICIATIVAS DE MYPES TURÍSTICAS EN HUIZÚCAR | 24 |
| 3. MARCO TEÓRICO Y GENERALIDADES DEL TURISMO | 27 |

| | | |
|---|--|-----------|
| 3.1 | DEFINICIÓN DEL TURISMO..... | 27 |
| 3.2 | ANTECEDENTES E HISTORIA DEL TURISMO EN EL MUNDO..... | 28 |
| 3.2.1 | HISTORIA DEL TURISMO | 28 |
| 3.2.2 | LA EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL TURISMO Y SU ACTUALIDAD..... | 28 |
| 3.3 | EL TURISMO: UN FENÓMENO ECONÓMICO Y SOCIAL | 30 |
| 3.4 | CLASIFICACIÓN DEL TURISMO | 31 |
| 3.5 | HISTORIA DEL TURISMO EN EL SALVADOR | 33 |
| 3.5.1 | INICIOS DEL TURISMO EN EL SALVADOR | 33 |
| 3.5.2 | EL TURISMO EN LA DÉCADA DE 1970..... | 35 |
| 3.5.3 | EL TURISMO DURANTE EL CONFLICTO ARMADO EN EL SALVADOR..... | 35 |
| 3.5.4 | EL TURISMO EN LA ACTUALIDAD EN EL SALVADOR | 36 |
| 3.6 | EL TURISMO EN EL SALVADOR Y SUS IMPLICACIONES EN EL SECTOR DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS | 38 |
| 3.7 | EL TURISMO COMO EJE DINAMIZADOR DEL DESARROLLO EN LOS TERRITORIOS RURALES A TRAVÉS DE LAS MYPES TURÍSTICAS..... | 39 |
| 3.8 | ESTADÍSTICAS E INDICADORES DEL TURISMO EN EL SALVADOR..... | 40 |
| 3.9 | MARCO INSTITUCIONAL DE APOYO AL TURISMO EN EL SALVADOR | 41 |
| 3.10 | MODELO DE INTERPRETACIÓN DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN HUIZÚCAR | 48 |
| 4. | MARCO TEÓRICO DEL DIAGNÓSTICO TERRITORIAL Y CLUSTER DE TURISMO..... | 50 |
| 4.1 | DEFINICIÓN DE DIAGNÓSTICO TERRITORIAL | 50 |
| 4.2 | IMPORTANCIA Y OBJETIVOS DE UN DIAGNÓSTICO TERRITORIAL | 51 |
| 4.3 | COMPONENTES DE UN DIAGNÓSTICO TERRITORIAL | 51 |
| 4.4 | DEFINICIÓN DE CLUSTER | 52 |
| 4.5 | IMPORTANCIA Y OBJETIVO DE LOS CLUSTERS | 53 |
| 4.6 | CLUSTER ENFOCADO AL TURISMO | 53 |
| 4.7 | CLUSTER TURÍSTICO Y SISTEMAS DE VALOR TERRITORIAL..... | 54 |
| 4.8 | EJEMPLOS DE CLUSTERS TURÍSTICOS APLICADOS EN EL SALVADOR | 55 |
| CAPITULO II: "DIAGNÓSTICO DE LA SITUACION ACTUAL EN EL MUNICIPIO DE HUIZÚCAR RELACIONADAS AL DESARROLLO DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS TURÍSTICAS" ... | | 58 |
| I. | OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN | 58 |
| A. | OBJETIVO GENERAL | 58 |

| | |
|--|-----------|
| B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS..... | 58 |
| II. HIPÓTESIS | 59 |
| 1. HIPÓTESIS GENERAL | 59 |
| 2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS | 59 |
| 3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES | 60 |
| III.MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN | 62 |
| 1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN | 62 |
| 2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN | 62 |
| 3. TIPOS DE DISEÑO DE INVESTIGACIÓN | 63 |
| 4. FUENTES DE INFORMACIÓN..... | 63 |
| 5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN..... | 64 |
| 6. UNIDADES DE ANÁLISIS..... | 65 |
| 7. UNIVERSO Y MUESTRA..... | 65 |
| IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MUNICIPIO DE HUIZUCAR Y APLICADA A LAS INICIATIVAS DE MYPES TURÍSTICAS..... | 66 |
| 1- ELEMENTOS DE ESTUDIO DEL DIAGNÓSTICO TERRITORIAL EN HUIZÚCAR..... | 66 |
| 2- ANÁLISIS DE RECURSOS DISPONIBLES EN EL MUNICIPIO DE HUIZÚCAR EN FUNCIÓN DE LA GENERACIÓN DE MYPES TURISTICAS..... | 68 |
| 3. INTERPRETACIÓN DE INDICADORES SOCIOECONÓMICOS RELATIVOS AL TEMA DE TURISMO | 73 |
| 4. NIVELES DE FACTIBILIDAD Y VIABILIDAD DEL PROYECTO DE INICIATIVAS DE MYPES TURÍSTICAS EN EL MUNICIPIO DE HUIZÚCAR | 78 |
| 5. ALCANCES Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN | 81 |
| 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LA INVESTIGACIÓN | 81 |
| 7. MATRIZ DE ANÁLISIS FODA..... | 82 |
| CAPITULO III: “PROPUESTA DE FORTALECIMIENTO A LAS INICIATIVAS DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS CON POTENCIAL TURÍSTICO A TRAVES DE UN DIAGNÓSTICO TERRITORIAL EN EL MUNICIPIO DE HUIZÚCAR, DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD” | 83 |
| A. OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA | 83 |
| B. IMPORTANCIA DE LA PROPUESTA | 84 |

| | |
|---|--------------|
| C. DEFINICIÓN DEL ENFOQUE Y COMPONENTES ESTRUCTURALES DE LA PROPUESTA DE GENERACIÓN DE INICIATIVAS DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS TURÍSTICAS | 84 |
| 1. IDENTIFICACIÓN DE LOS PARTICIPANTES FUNCIONALES DE LA CREACIÓN DE MYPES TURISTICAS EN HUIZÚCAR Y SUS ROLES PARTICIPATIVOS | 84 |
| 2. APROVECHAMIENTO DE LA POTENCIALIDAD TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE HUIZÚCAR | 86 |
| 3. INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN EL MUNICIPIO DE HUIZÚCAR..... | 87 |
| D. EJES PRINCIPALES DE LA PROPUESTA | 88 |
| E. FORMULACIÓN DE LA PROPUESTA: PRODUCTO TURÍSTICO Y PLANES DE ACCIÓN A IMPLEMENTAR..... | 90 |
| 1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO ADECUADO A LAS CONDICIONES DEL MUNICIPIO DE HUIZÚCAR | 90 |
| 2. PLAN DE ACCIÓN FUNDAMENTAL PARA EL DESARROLLO DE LAS MYPES TURISTICAS EN HUIZÚCAR..... | 94 |
| F. ESTRATEGIAS PRINCIPALES DE LA PROPUESTA | 96 |
| 1. ESTRATEGIAS SEGÚN ANÁLISIS DE MATRIZ FODA | 96 |
| 2. ESTRATEGIAS A CORTO PLAZO Y LARGO PLAZO..... | 102 |
| G. CONTROL, APOYO Y SEGUIMIENTO POST-EJECUCIÓN | 104 |
| H. BIBLIOGRAFIA | 105 |
| ANEXOS..... | |

RESUMEN

En los tiempos que afrontamos hoy en día, formamos parte de un sistema económico que evoluciona a diario y del cual dependemos todas las personas y empresas que integran la sociedad. Cobran fuerza entonces las ideas y esfuerzos que involucran el desarrollo de iniciativas de micro y pequeñas empresas que busquen el desarrollo de las comunidades y mejorar la calidad de vida de sus integrantes en general. Pero las iniciativas en si no son suficientes ya que se debe pensar estratégicamente para utilizar los mejores conocimientos y recursos disponibles.

El caso específico en estudio está delimitado al Municipio de Huizúcar del Departamento de La Libertad. Hemos considerado que el Turismo forma parte esencial para desarrollar iniciativas empresariales en la zona, ya que es un factor que no ha sido explotado positivamente y del cual se cuentan con muchos recursos que se pueden potenciar mediante la unión de esfuerzos integrados en cadenas de negocios o empresas; Es aquí en donde cobra fuerza el desarrollo de un diagnóstico territorial para que de alguna manera se pueda verificar que el Turismo si puede ser una opción viable en el Municipio de Huizúcar.

El objetivo trazado de esta investigación es proporcionar ideas para fortalecer las iniciativas que tienen los pobladores del Municipio de Huizúcar para implementar micro empresas turísticas, todo esto mediante el diseño de un diagnóstico territorial que les ayude a conocer cuál es el potencial que tiene el lugar y como poder explotarlo de manera que sea un motor de desarrollo social y económico en la zona.

Para lograr este objetivo se utilizaron diferentes técnicas de investigación. Se elaboró un cuestionario para conocer el estado actual del Municipio y las iniciativas principales que tienen las personas; a su vez, se utilizó el método de observación directa para verificar de primera mano el estado en el que se encuentra el lugar, su infraestructura y se conversó con algunos pobladores, con el Alcalde de la Municipalidad y diferentes organizaciones sociales y no gubernamentales que están presentes en la zona.

Basándonos en esto se realizó la propuesta, la cual se concentra en proporcionar y dar a conocer las fortalezas y ventajas que tiene el Municipio de Huizúcar y como poder hacer de ellas un motor para echar andar el turismo como uno de los principales potenciadores de la economía en el lugar y contribuir al crecimiento de este y de la población en general en el Municipio. Como resultado de la investigación, hemos podido concluir que las iniciativas de micro y pequeñas empresas son posibles y su garantía de éxito depende en gran medida del apoyo y esfuerzos en conjunto de todos los participantes involucrados en el tema. El turismo hoy en día toma relevancia para los gobiernos por su impacto en el desarrollo económico y social de las comunidades y es necesario buscar las sinergias que muevan al turismo a un nivel sostenible.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día, en nuestro país se habla de la importancia que tiene la generación de nuevas micro y pequeñas empresas que contribuyan al crecimiento social y económico de la población y sus componentes. Esta premisa tiende a ser muy general, debido a que indica el “qué” se debe hacer y sin embargo lo realmente trascendental es el “cómo hacerlo” y en “qué enfocarse”. Estas aseveraciones son principalmente respaldadas por el Gobierno Central, Gobiernos Municipales y otros expertos en el tema que han visto como el desarrollo de este tipo de iniciativas han dado fruto y representan un motor de desarrollo en los diferentes municipios del país.

Ahora bien, en el siguiente trabajo se presenta una investigación más profunda respecto al tema, enfocada al desarrollo de iniciativas empresariales turísticas en el Municipio de Huizúcar en el Departamento de La Libertad. La investigación se basa en la elaboración de un diagnóstico territorial que sirva de herramienta funcional y así concretar una propuesta adecuada para el fortalecimiento de iniciativas empresariales turísticas en Huizúcar.

La investigación contempla la siguiente información en cada capítulo:

Capítulo 1: Se aborda esencialmente la parte del marco teórico que fundamenta el presente trabajo de investigación. Los aspectos generales del Municipio de Huizúcar, los conceptos generales referentes a las micro y pequeñas empresas y las generalidades e historia sobre turismo, que son los temas principales a abordar.

Capítulo 2: Engloba la parte metodológica de la investigación mediante el establecimiento de los objetivos e hipótesis, el desarrollo del diagnóstico territorial que nos permite definir las posteriores propuestas finales y se presentan los resultados obtenidos mediante las herramientas de investigación tales como cuestionarios, encuesta y observación directa de la situación actual del Municipio de Huizúcar que nos permiten establecer los análisis y conclusiones pertinentes.

Capítulo 3: Se establecen las propuestas generales de iniciativas de micro y pequeñas empresas turísticas tomando en cuenta los resultados obtenidos a través del diagnóstico territorial. Se proponen las principales estrategias y planes de acción a seguir para alcanzar los objetivos trazados. De igual forma, se elabora un análisis FODA sobre las variables favorables y desfavorables que posee el Municipio de Huizúcar y cómo aprovechar los recursos que tienen y redireccionarlos de manera que puedan contribuir al progreso del Municipio y sus habitantes en general.

CAPÍTULO I: "GENERALIDADES Y ANTECEDENTES DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS TURÍSTICAS EN EL SALVADOR, CONCEPTOS DE DIAGNÓSTICO TERRITORIAL Y CLUSTER"

1. MARCO REFERENCIAL DEL MUNICIPIO DE HUIZÚCAR

1.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL MUNICIPIO DE HUIZÚCAR

En la época colonial, a mediados del siglo XVI, la población de Huizúcar era de unos 700 indígenas. Perteneció al Departamento de San Salvador desde 1824 a 1835; y desde esta fecha al Distrito Federal Centroamericano, hasta 1839. En Julio de 1839 volvió a ser pueblo del Dpto. de San Salvador. Por decreto legislativo de 28 de Enero de 1865, el pueblo de Huizúcar se segregó del distrito y Dpto. de San Salvador, y se incorporó en el distrito de Nueva San Salvador, Dpto. de La Libertad le confirió el título de villa por decreto legislativo el 30 de Julio de 1970.

Según el libro "Villas y Pueblos" de José Larde y Larin, la Toponimia: HI JIZUCAR: Nahuat. Proviene de las voces: huiz. Espina; u. uhti: camino, sendero; can: lugar "lugar en el camino de las espinas"¹

1.2 ASPECTOS GÉNERALES DEL MUNICIPIO DE HUIZÚCAR

1.2.1 ENTORNO GEOGRÁFICO

El municipio de Huizúcar pertenece al departamento de La Libertad. Se sitúa a unos 22 Km. de Santa Tecla y se puede acceder a su núcleo urbano por la carretera que va de Santa Tecla al Puerto de La Libertad, desviándose hacia Nuevo Cuscatlán y continuando más adelante en dirección a San Marcos. También se tiene acceso desde San Salvador (por la carretera construida en 2010, que une San Salvador con el aeropuerto internacional de Comalapa) y desde San Marcos.

Limita al Norte con el municipio de Antiguo Cuscatlán, Nuevo Cuscatlán y San Marcos, al Este con Panchimalco y Rosario de Mora, al Sur con El Puerto de La Libertad y al Oeste con San José Villanueva.

¹Tesis: Diseño de Plan Estratégico Participativo para el Municipio de Huizucar, Departamento de La Libertad por GABRIELA PATRICIA CASTRO, CARLOS RENE PEÑA ERAZO Y KAREN HELEN ARGENTINA OLMOS PADILLA. Universidad de El Salvador.

Administrativamente el municipio se organiza en 6 cantones rurales, además del núcleo urbano: Amaquilco, La Lima, Nazaret, Ojos de Agua, San Juan Buenavista y Tilapa; El municipio se extiende sobre una superficie total de 44.33 km², con 44.05 km² (99.37%) de rural y 0.24 km² (0.63%) de superficie urbana. Es atravesado por varios ríos y quebradas, entre los que destacan el Aquiquisquillo (que marca el límite con el municipio de San José Villanueva), el Huiza (límite con Panchimalco y Rosario de Mora), Las Lajas, Chávez, Cuajapatos, La Maicillera y el Tacuazín.

1.2.2 ENTORNO ECONÓMICO

En lo relativo a la industria, encontramos que las actividades más importantes son las relacionadas con el beneficiado del café (sobre todo en el pasado), azucarera, fábrica de ladrillos, tejas de barro y productos lácteos.

Las actividades económicas que desarrolla la población son básicamente agrícolas, a excepción del cantón Ojos de Agua, el que está mejor comunicado con el gran San Salvador, (donde la mayoría de la población obtiene sus ingresos del sector industrial) y de Tilapa, el cantón más próximo al Puerto de La Libertad, (donde se dedican básicamente a los servicios).

En resumen, casi la mitad de las familias de las comunidades rurales del municipio se dedican a la agricultura de subsistencia (granos básicos, como maíz y frijol) con un 41%, mientras que un 39% de las familias cuentan con ingresos proporcionados por el sector industrial (industria, construcción, maquilas, etc.). El sector servicios proporciona recursos a algo más del 20 %.²

Según información recopilada de la página web del Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local (FISDL), Huizúcar está ubicado dentro Mapa Nacional de Pobreza (FISDL 2005), en la posición 5. ° De Pobreza Extrema Moderada.

Según fuentes de la Municipalidad su cobertura en agua potable es del 85%, y la cobertura de Energía Eléctrica: 90%.³

²<http://acua.org.sv/wp-content/uploads/2010/10/huizucar1.pdf>

³<http://www.fisdl.gob.sv/novedades/funcionarios/2454-audiencia-alcalde-municipal-de-huizucar-la-libertad.html>

La mayor parte de la población económicamente activa y del área urbana del Municipio de Huizúcar trabaja fuera del mismo, ya que en el lugar no se genera suficientes fuentes de trabajo e ingresos. Podemos describir las actividades más sobresalientes de la siguiente manera:

- a) Actividades de tipo Agropecuario: Se basan en la crianza de ganado vacuno y porcino, también se dedican a la crianza de aves de corral. Por el momento, no se comercializa con otros municipios ya que solo se utilizan para consumo interno, aunque a veces suceden comercio aislado de carne y aves.
- b) Actividades de tipo Agrícola: Cubre casi la totalidad del área rural del Municipio. Los cultivos mas explotados son el maíz, frijol, arroz, maicillo, además de darse el cultivo de café en menor escala. De la misma forma que el comercio de carnes y aves, el comercio de granos básicos es lento.
- c) Actividades de Servicios: Los servicios públicos básicos están cubiertos en su mayoría por personas que no son del municipio y que perciben sus ingresos de parte de las instituciones a la que prestan sus servicios (unidad de salud, escuelas, kinder, PNC, etc.) y los comerciantes en su mayoría propietarios de tiendas y pequeños comercios como sastrerías, barberías, etc. Perciben sus ingresos de la población del municipio.
- d) Actividades de tipo Artesanal: Son las más escasas y menos influyentes en el Municipio. Son actividades a la cual la mayoría de la población no se dedica.

ÍNDICES DE POBREZA

Los registros específicos del Municipio de Huizúcar relacionados a la pobreza nos muestran que, según datos reflejados por el Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local (FISDL) del año 2005, la tasa de pobreza total es del 57% y se clasifica como moderada o intermedia según la escala de medición utilizada.⁴

Según datos del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) registrados en 2009, el Índice de Desarrollo Humano (por sus siglas IDH) del Municipio de Huizúcar es de 0,699, lo cual

⁴ <http://www.fisdl.gob.sv/novedades/funcionarios/2454-audiencia-alcaldemunicipal-de-huizucar-la-libertad.html>

representa un margen por debajo de la media nacional. Este dato refleja los niveles de nivel de vida digno, vida saludable y educación.⁵

REMESAS Y MIGRACIÓN AL EXTRANJERO

El Municipio de Huizúcar, en contraste con otros Municipio del país, presenta un porcentaje mucho menor de migración de sus habitantes hacia el extranjero. Sus habitantes mencionan que la poca migración de la zona se da hacia los Estados Unidos de América como destino principal y las razones de dicha migración es para buscar incrementar los ingresos y mejorar el nivel de vida.

La tasa porcentual de personas que emigran del país es del 3.9% en el Municipio de Huizúcar. Esto representa tener disponible recursos para poder irse por la vía de la inmigración ilegal. De forma casi directa y proporcional al dato de migración de la zona, la tasa de hogares que reciben remesas del extranjero es de 3.2%.⁶

ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD MUNICIPAL (ICM)

El Índice de Competitividad Municipal (ICM) es un componente del proyecto para la Competitividad Municipal de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) en El Salvador. El ICM es una herramienta utilizada para medir el clima de negocios a nivel local en El Salvador. El clima de negocios es el grado al que la Municipalidad genera, nutre, promueve y mantiene condiciones para atraer la inversión privada requerida para alcanzar los niveles sostenibles de crecimiento económico. Dicho crecimiento económico significa mayores niveles de empleo local, impuestos y tasas, que a su vez permiten la provisión de servicios municipales de buena calidad y la mejora del bienestar de los residentes de cada municipio.

El ICM evalúa el clima de negocios a través de encuestas individuales con dueños de negocios, alcaldes y funcionarios municipales con la intención de recopilar experiencias reales de negocios privados de todos tamaños, tanto formales como informales y siempre que operen dentro de un lugar fijo. Cabe destacar que el ICM no mide el ambiente de inversión completo, más bien, excluye condiciones estructurales iniciales y dotación de recursos, como tamaño de población, ubicación, recursos naturales, y acceso a mercados y mano de obra calificada. Esta metodología nos permite

⁵ http://www.municipalindexelsalvador.com/gal_documentos/Reporte-ICM.pdf

⁶ www.municipioaprobado.org.sv/admin/.../1272388342huizucar.pdf

comparar a los municipios en condiciones iguales para todos, a pesar de grandes diferencias en dotaciones de recurso y nivel de desarrollo.

El ICM se enfoca en aspectos de la economía local sobre los que los gobiernos municipales tienen un mismo control, proporcionando información sobre la cual todos los gobiernos locales pueden actuar. Es importante también mencionar que la escala de medición del ICM es de 0 a 10, tanto en el ICM global como en sus Sub-índices.

El ICM mide las siguientes características del clima de negocios local:

- **Transparencia:** Grado de apertura a proveer acceso a información y la previsibilidad de cambios a regulaciones que afecten los negocios en el municipio.
- **Servicios Municipales:** Calidad de los servicios que la municipalidad proporciona al sector privado.
- **Proactividad:** Nivel de dinamismo del gobierno municipal en desarrollar y promover iniciativas que atraigan inversión y mejoren el ambiente local para hacer negocios.
- **Pagos informales:** Magnitud, incidencia y costos de pagos informales requeridos para iniciar y operar un negocio.
- **Seguridad ciudadana:** Impacto de la delincuencia sobre los negocios y la capacidad de las municipalidades para prevenir y controlar el crimen.
- **Tiempo para cumplir con Regulaciones:** Frecuencia de las inspecciones en cada municipalidad y el grado en que estas se llevan a cabo de manera apropiada.
- **Tasas e Impuestos:** Monto de impuestos locales y otros cargos requeridos para operar un negocio.
- **Costos de Entrada:** Costos del tiempo y el grado de facilidad para registrar e iniciar la operación de un negocio.
- **Regulaciones Municipales:** Número de regulaciones impuestas para la operación de un negocio.

ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD MUNICIPAL (ICM) EN HUIZÚCAR- AÑO 2011

Hay que destacar que la construcción de este ICM 2011 se llevo a cabo en un periodo de condiciones económicas adversas, el agravamiento de la recesión económica global y cambio político posterior a la elección alcaldes, aunque en el caso de Huizúcar se daba una continuidad del gobierno local. También, se destaca que el gobierno central ha implementado una política activa de descentralización dirigida a resaltar el papel de los gobiernos municipales en aspectos económicos y sociales claves para la vida nacional.

Traduciendo el estudio del ICM hacia el Municipio de Huizúcar que estamos evaluando en el presente estudio, podemos verificar que los resultados globales del ICM del clima de negocios para dicho Municipio coloca a Huizúcar en un nivel promedio del listado global de los 100 Municipios evaluados.

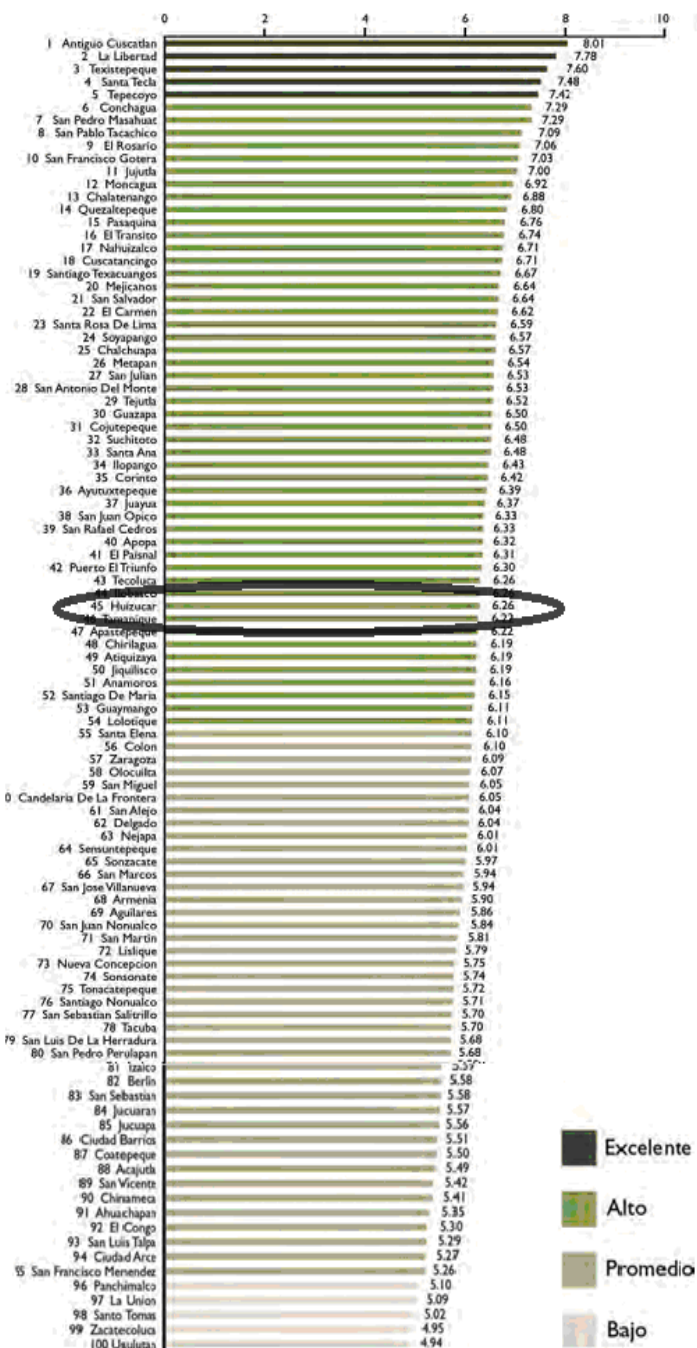
Específicamente, el Municipio de Huizúcar se encuentra en la **posición número 45** y con un **Índice de Competitividad Municipal global de 6.26** tal como podrán observar en la Figura N°1: El Salvador ICM 2011.

Estos datos globales, podemos analizar en términos generales que Huizúcar presenta condiciones requeridas para el incentivo de creación de negocios en la zona y que al menos en papel esto se puede traducir en que las iniciativas de empresas turísticas puedan desarrollarse y generar frutos bajo condiciones que garanticen no solo la sostenibilidad de estas iniciativas sino más bien, que puedan multiplicarse con el fin de crear un *cluster* o cadenas de negocios solidas y que esto se traduzca en la mejora de las condiciones de vida de los habitantes del Municipio.

El ICM se limita al estudio de los aspectos que al Gobierno municipal le competen. Sin embargo, sabemos que la labor de desarrollo de iniciativas de generación de micro y pequeñas empresas de carácter turístico en el Municipio de Huizúcar no solo depende de la Municipalidad sino del Gobierno Central, Organizaciones Sociales y la población en general para seguir una misma dirección y objetivos.

De manera más grafica, a continuación se presentan los cuadros representativos de la posición del Municipio de Huizúcar dentro del ICM y el desglose específico de los sub-índices que se evaluaron dentro del estudio del ICM de Huizúcar:

FIGURA N° 1: CLASIFICACIÓN DEL ICM EN EL SALVADOR



FUENTE: "Índice de Competitividad Municipal 2011, El Salvador: Midiendo la Gobernabilidad Económica Local para Crear un Mejor Entorno Empresarial". USAID, año 2011

Ahora bien, a continuación presentaremos los datos de cada sub-índice que está evaluado en el ICM para el caso del Municipio de Huizúcar en el recuadro siguiente:

CUADRO N° 1: SUB INDICES DEL ICM EN EL MUNICIPIO DE HUIZÚCAR

Los sub-índices ICM

| Valores de la Municipidad de HUIZUCAR 2011 | | Subindicadores Generales | | |
|--|-------|--------------------------|---------|-------|
| Indicador | Valor | Min | Mediana | Max |
| ICM | 6.26 | 4.48 | 6.56 | 8.01 |
| Transparencia | 6.69 | 3.69 | 5.74 | 8.01 |
| Servicios Municipales | 4.37 | 1.44 | 3.54 | 10.00 |
| Proactividad | 3.88 | 2.87 | 5.47 | 8.40 |
| Pagos Informales | 8.92 | 3.88 | 7.57 | 10.00 |
| Seguridad Ciudadana | 7.94 | 3.66 | 7.43 | 10.00 |
| Tiempo para Cumplir con Regulaciones | 4.03 | 2.99 | 6.77 | 7.85 |
| Tasas e Impuestos | 6.52 | 1.08 | 5.31 | 8.89 |
| Costos de Entrada | 8.78 | 4.13 | 9.27 | 9.79 |
| Regulaciones Municipales | 7.78 | 2.15 | 8.72 | 10.00 |

FUENTE: "Índice de Competitividad Municipal 2011, El Salvador: Midiendo La Gobernabilidad Económica Local para Crear un Mejor Entorno Empresarial". USAID, año 2011.

Este recurso es sumamente importante para el presente trabajo, ya que engloba aspectos indispensables para el desarrollo del diagnóstico territorial en función de la generación de micro y pequeñas empresas turísticas y tomando en cuenta que es una fuente confiable y reciente.

Podemos definir según lo que refleja el recuadro anterior, que existen puntos fuertes y puntos bajos en cuanto a asuntos relativos al desarrollo de empresas, sin importar el nivel o rubro.

Es destacable el hecho de las calificaciones de mayor rango son en cuanto al tema de Pagos informales, Costos de entrada y Regulaciones Municipales. Esto podemos inferir que a nivel económico, Huizúcar se muestra como una zona atractiva que permitirá la facilidad de desarrollar micro y pequeñas empresas turísticas de manera ágil y con costos relativamente bajos para la implantación de dichas iniciativas. De hecho, tomando en cuenta que el enfoque del estudio es que

los habitantes del Municipio sean los principales inversores de en la zona, estos beneficios son muy importantes en la búsqueda de hacer realidad la puesta en marcha de las MYPEs turísticas.

También, de manera adversa, se destaca el hecho de la baja calificación que existe en cuanto al tema de Proactividad, Servicios Municipales y Tiempos para cumplir con Regulaciones. Esto nos indica que la Municipalidad tiene pendiente el desarrollo de planes para incentivar la inversión de empresas en Huizúcar y la promoción del Municipio. También, la deficiencia de Servicios Municipales obstaculiza cualquier intento de generación iniciativas empresariales, no solo de MYPEs turísticas, sino también empresas de cualquier índole y afecta la calidad de vida de sus habitantes.

1.2.3 ENTORNO SOCIAL

Dentro de las características que se puede encontrar en el Municipio de Huizúcar a nivel social, podemos clasificar y describirlas de la siguiente manera:

- a) Habitacional: Es el uso de suelo más predominante en la ciudad, pudiéndose mencionar dos tipologías: Casas de Barrio que existen en todos los barrios del Municipio y son de materiales de construcción mixtos de bahareque o adobe; y Lotificación Urbana que de hecho solo existe una, en el barrio El Centro, y en donde cada propietario construye casas más nuevas y con mejores materiales que en los barrios.
- b) Comercial: El comercio predominante en la zona es de carácter informal, predominando las tiendas de artículos de primera necesidad, pulperías, librerías, ventas ambulantes y otros.
- c) Institucional: La ciudad cuenta con buen aparato institucional, ya que posee: Escuela Pública que cuenta con bachillerato, Escuela Católica, Escuela Parvularia, Guardería, Unidad de Salud, dos Iglesias Católicas, varias iglesias evangélicas, Juzgados de Paz, Casa de la Cultura, Alcaldía Municipal, Casa Comunal y Puesto de la Policía Nacional Civil.
- d) Recreación: Huizúcar cuenta con un Parque Municipal ubicado frente a la Alcaldía, además de una cancha de fútbol, una cancha de basquetbol con área de juegos para niños. Entre los sitios de atracción turística en el Municipio de Huizúcar destacan: Las Cascada “La Pilona”, sobre el río Huiza y “El Salto de la Tilapa”, en el cantón Tilapa; El Templo Católico que es del tipo Colonial, situado en el Barrio San Miguel.

- e) Industria: Las más importantes son el beneficio de café, fábrica de ladrillos, tejas de barro, ropa y productos lácteos, talleres de mecánica automotriz, carpinterías, panaderías, peluquerías, etc.

ÍNDICES DE VIOLENCIA Y DELINCUENCIA

En el Municipio de Huizúcar, los índices relativos a la violencia y delincuencia reflejados en el proyecto “Municipio Aprobado” del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, UNICEF, en el periodo 2006-2008 podemos observar que dichos índices son pocos e incluso muy inferiores comparado a otros Municipios del país.

En el *Cuadro N° 1. Niveles de Hechos delictivos 2006-2008*, se puede ver la tendencia de delitos en ese periodo:

CUADRO N° 2. NIVELES DE HECHOS DELICTIVOS EN HUIZÚCAR 2006- 2008

| TIPO DE HECHO | 2006 | 2007 | 2008 |
|---------------|------|------|------|
| Homicidios | 6 | 5 | 3 |
| Violación | 0 | 2 | 3 |
| Extorsión | N/D | 1 | 1 |
| Robo y Hurto | 7 | 14 | 25 |

Fuente: www.municipioaprobado.org.sv/admin/.../1272388342huizucar.pdf

Por ejemplo, otros datos de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional, (USAID por sus siglas en inglés) refleja en el estudio realizado en el año 2011 sobre el Índice de Competitividad Municipal (ICM), que en el sub-índice catalogado como “Seguridad Ciudadana” un valor de 7.94 (en una escala de 0 a 10). Este sub-índice analiza la globalidad de la situación de seguridad y el apoyo de la Municipalidad al combate de la delincuencia.⁷

⁷ http://www.municipalindexelsalvador.com/gal_documentos/Reporte-ICM.pdf

NIVELES DE EDUCACIÓN

Según datos de UNICEF, la inversión municipal en educación es de \$45,574 dólares y que el objetivo principal de estos fondos es de profundizar en el acceso a la educación de los habitantes del Municipio de Huizúcar.

También, en contraparte, podemos indicar que el analfabetismo en el Municipio de Huizúcar es del 21.2%. El promedio porcentual de cobertura en educación tomando en cuenta todos los niveles educativos existentes (básico, medio y tercer ciclo), es del 70.96%. La nota promedio de la PAES en el sector público 6.9. Es notable también el apoyo que existe desde las instituciones municipales y de gobierno central, que tienen como responsabilidad garantizar la educación de los habitantes.⁸

1.2.4 ENTORNO CULTURAL

Huizúcar se caracteriza por ser un pueblo cultural, religioso y tradicional lleno de historias y leyendas que relatan las creencias de sus antepasados, las calles angostas y casas de esquina hechas de tierra y tejas le dan un toque colonial el cual lo hace más atractivo.

Las fiestas patronales las celebran el 29 de Septiembre en honor a San Miguel Arcángel, comenzando a partir del 23 del mismo mes, el 22 de Junio en honor a Santa María Magdalena, y el último Domingo de Enero en honor al señor de la Caridad. La Danza del Zainete y la Danza de los Historiadores son unas de las tradiciones que se ven de manifiesto en dichas fiestas patronales y son costumbres propias del lugar.

1.2.5 ENTORNO CLIMÁTICO, FLORA Y FAUNA

La población de Huizúcar goza de un clima tropical debido a su cercanía a las costas del litoral salvadoreño y a su vez posee cantones a sus alrededores que por situarse en cadenas montañosas son bastante frescos como por ejemplo el cantón "Ojo de agua".

A nivel de flora cuenta con amplia vegetación, que es de tipo bosque húmedo subtropical, encontrándose arboles como el pino de ocote, chaparro, nance, roble, pepeto y café.

⁸ <http://www.municipioaprobado.org.sv/admin/archivos/1272388342huizucar.pdf>

La fauna no se queda atrás, ya que debido a la amplia gama de sector boscoso, existen diversos tipos de animales silvestres como conejos, venados, cotuzas, aves de todo tipo, entre otras más.

1.2.6 ENTORNO DE RECURSOS PROPIOS

- a) Recursos Físicos: Hasta hace unos años atrás, no se contaba con servicios básicos, pero en años recientes y con la ayuda del FISDL la comunidad a podido superarse, actualmente cuenta con electrificación, agua potable, aguas negras, alumbrado público, unidad de salud, escuelas, un instituto, canchas deportivas, casa comunal, un parque y calles pavimentadas en todo el municipio y sus vías de acceso.
- b) Recursos Naturales: El municipio de Huizúcar cuenta con tres principales recursos hídricos que son los balnearios de: Las Cascadas, El Salto de Tilapa y la Cascada La Pilona. A su vez, posee extensa cantidad de terreno boscoso en donde existen abundantes cantidades de animales silvestres y flora de todo tipo. Es tierra donde es adecuada la agricultura de granos básicos y el café en ciertas zonas con clima más frío.
- c) Recursos Humanos: El Municipio de Huizúcar cuenta con calidez de sus habitantes, que son personas que se dedican a la Agricultura en su gran mayoría. La otra parte se dedica al sector de construcción, y un pequeño grupo se dedica a la artesanía y servicios. Según datos del sello del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, UNICEF por sus siglas en inglés, en su página web: www.municipioaprobado.org.sv, Huizúcar tiene un índice promedio de 21.2 personas con analfabetismo en el Municipio, lo que representa el 0.0014% de la población, siendo un Municipio con prácticamente nada de analfabetismo y esto representa un buen indicador.⁹

⁹<http://www.municipioaprobado.org.sv/admin/archivos/1272388342huizucar.pdf>

2. MARCO TEÓRICO DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS (MYPES) EN EL SALVADOR

Las empresas a través del tiempo han ido evolucionando y creciendo de manera avanzada, y permiten a las economías desarrollarse y mejorar a las sociedades a través de su participación activa en el entorno. Dentro de la clasificación de las empresas encontramos las Micro y Pequeñas empresas, las cuales serán el enfoque en el presente trabajo. Las Micro y Pequeñas empresas (MYPES) son de suma trascendencia en esta evolución y desarrollo de las sociedades, y hay una cantidad muy amplia de información y de personas que admiten la importancia de este sector empresarial.

Pero siendo aun más específicos, pretendemos canalizar la información hacia las MYPES turísticas y ampliar así el criterio para las propuestas de iniciativas de creación e implantación de este tipo de empresas en el Municipio de Huizúcar. Pero antes, primero es necesario definir de lo básico hacia lo específico.

2.1 DEFINICIÓN DE EMPRESA

Una empresa es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tiene el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios. Para esto, hace uso de los factores productivos (trabajo, tierra y capital).

Existen diferentes tipos de empresas, según el giro que estas tengan su tamaño, el rubro al que se dediquen, su forma jurídica, su tamaño, su ámbito de actuación, la cuota de mercado, entre otros factores que las caracterizan en este caso se presenta su clasificación según su tamaño: micro, pequeña y mediana empresa, enfocando la investigación sobre todo en la micro y pequeña empresa.

2.2 DEFINICIÓN DE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA (MYPES)

La definición de Micro y Pequeñas empresas, que se conocen por sus siglas MYPES, son sociedades unipersonales o de propiedad familiar las cuales su planta no sobrepasa los 50 empleados y sus niveles de venta son limitadas. Algunos ejemplos son almacenes, ventas de frutas o verduras, ventas ambulantes, pequeños talleres, entre otros.

A diferencia de lo que ocurre con el sector de la microempresa, en El Salvador no hay una definición única del significado de las MYPES. Las definiciones y los criterios utilizados varían entre las distintas instituciones públicas o privadas que están relacionadas con el desarrollo de este segmento empresarial. Estas definiciones tienden a utilizar los criterios de clasificación de las empresas que más se adecuan a la disponibilidad de información estadística oficial o bien las necesidades prácticas que se derivan del tipo de servicios que pristan a este sector empresarial.

Entre las principales instituciones relacionadas a las Micro y Pequeñas empresas, encontramos definiciones similares, a continuación se presentan:

a) Según la Comisión Nacional de la micro y pequeña empresa (CONAMYPE):

Microempresa es toda aquella que tiene menos de diez empleados y genera ingresos mensuales por ventas de hasta US\$5,714.28.

Pequeña empresa como aquella que tiene hasta cincuenta empleados y realiza ventas mensuales entre US\$5,714.28 y US\$57,142.85.

b) Según las Instituciones Financieras

Estas han adoptado sus propias definiciones para los efectos de sus negocios particulares. De hecho, la mayoría de las instituciones financieras posee un área que atiende a este sector de empresas y en ese sentido, aceptan la importancia de este sector a la economía y sus necesidades de financiamiento. Por ejemplo, Banco Procredit define a la micro y pequeña empresa según el monto de préstamo que solicitan, de forma tal que Microempresa es aquella que se le concede préstamos entre US\$57.14 y US\$5,142.85; Mientras, la Pequeña empresa se ubicaría en el rango de préstamos de US\$5,142.85 a US\$57,142.85.

c) Según la Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC)

Esta entidad es la responsable de la generación de información económica oficial del país. No dispone de una definición específica y más bien identifica a las empresas mediante la cantidad de empleados de las mismas. En el caso de las micro empresas poseen hasta diez empleados, y las pequeñas empresas poseen hasta un total de 50 empleados.

d) Según la Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES)

Esta hace uso de dos clasificaciones distintas para determinar el tamaño de las empresas. La primera de estas definiciones combina el número de empleados y el volumen de ventas. La segunda, integra el número de empleados y el valor total de activos de las empresas.

2.3 CLASIFICACIÓN DE LAS MYPES

Las Micro y pequeñas empresas se clasifican de la siguiente manera:

a) MYPES de sobrevivencia:

Tienen la urgencia de conseguir ingresos y su estrategia de competencia es ofrecer su mercadería a precios que apenas cubren sus costos. Como no llevan ningún tipo de contabilidad a menudo confunden sus ingresos con el capital. El dueño hace uso indistinto del dinero y hasta de la mercadería.

b) MYPES de subsistencia:

Son aquellas que logran recuperar la inversión y obtienen ingresos para remunerar el trabajo.

c) MYPES en crecimiento:

Tienen la capacidad de retener ingresos y reinvertirlos con la finalidad de aumentar el capital y expandirse, son generadoras de empleos. Aquí las MYPES se transforman en medianas empresas.

2.4 IMPORTANCIA DE LAS MYPES

En general la microempresa puede contribuir al desarrollo económico y social El Salvador a través de su aporte en los siguientes aspectos:

a) Produciendo Bienes y Servicios para el Mercado Interno

El sector de la microempresa produce fundamentalmente para el mercado interno, si bien esta es una característica de la mayoría de las empresas del país se especializan en la producción de bienes, típicamente de consumo básico y materias primas e insumo para empresas de mayor tamaño y en la prestación de servicios cuyos demandantes principales son personas y empresas del sector moderno. En este sentido, el sector de la microempresa puede y debe jugar un papel importante como productor de bienes y servicios para el mercado local.

Este rol de productor para el mercado interno puede ser desempeñado por la microempresa dado algunas de sus ventajas respecto a empresas de mayor tamaño, por una parte, el costo de generación de empleo en algunas unidades es menor, por otra parte, tiene mayor flexibilidad para orientarse a las necesidades más personificadas, diversificadas y cambiantes de los consumidores, lo cual, junto a su capacidad creativa, le permite espacios en el mercado difícilmente atendidos por empresas de mayor tamaño de escala no pueden ser producidos por empresas de mayor tamaño.

b) Contribuyendo a una reinserción eficiente en la economía mundial

Unos de los desafíos más importantes que enfrenta El Salvador en la actualidad es la de reinsertarse a la economía internacional de una manera distinta a la del pasado, lo cual supone dentro de otras cosas, crear un sector moderno, dinámico y diversificado.

La MYPE tiene ventajas competitivas que pueden utilizarse para institucionalizar la competencia en toda la economía, para lograrlo se requiere crear un entorno facilitador que le permita en igualdad con condiciones con las empresas de mayor tamaño.

2.5 CARACTERÍSTICAS DE LAS MYPES

Algunas de las características principales de las MYPES se detallan a continuación:

- Al ser mayoritariamente empresas de tipo familiar, pero constituidas como sociedades anónimas, el dueño es el que porta el capital necesario para las operaciones normales de la empresa.
- La mayoría de las micros y pequeñas empresas tienden a no cambiar su lugar de operaciones, es decir, se mantienen en el mismo de donde se iniciaron. Tratan de conservar su mercado y desean tener una relación estrecha con su clientela, ya que el dueño estima esta le será fiel por mucho tiempo.
- El mercado local o regional es el objetivo predominante de la micro y pequeña empresa. Esta característica depende de la habilidad del empresario para ofrecer el producto o servicio excelente o de mejor calidad de un mercado particular y así definirlo en términos geográficos, enfocado al mercado local.
- Las MYPES crecen principalmente a través de la reinversión de utilidades, ya que no cuenta con apoyo técnico-financiero significativo de instituciones privadas y de gobierno.
- El número de sus empleados siempre es mínimo, menor o igual a los 50 empleados.¹⁰

2.6 INSTITUCIONES DE APOYO A LAS MYPES EN EL SALVADOR

Existen diferentes instituciones que apoyan el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en el país. Para el Gobierno Central, el aporte de las Micro y Pequeñas empresas es sumamente importante y por tanto, es necesario el apoyo de este sector a través del Estado. Es igual la importancia que el sector privado le ha dado al sector de MYPES, que al principio se orientaban únicamente al área de créditos y capacitación financiera para las MYPES y eran muy pocas las que ofrecían servicios empresariales no financieros.

En la actualidad, la tendencia de estas instituciones es incorporar, además de servicios financieros, otros servicios más especializados en asistencia técnica y servicios empresariales, entre otros.

Dentro de este segmento de instituciones de apoyo tenemos las principales, gubernamentales y no gubernamentales:

¹⁰Tesis: "Elaboración de un plan de implementación para capacitación y asesoría micro empresarial". UNICO. Noviembre 1998

- Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE)
- Ministerio de Economía (MINEC) y sus dependencias
- Banco Central de Reserva (BCR)
- Banco de Fomento Agropecuario (BFA) y Banco Hipotecario
- Ministerio de Turismo (MITUR) y sus dependencias
- Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE)
- Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES)

2.7 LAS MYPES TURÍSTICAS EN EL SALVADOR

Las micro y pequeñas empresas turísticas son un motor de impacto económico y social para nuestro país. Este tipo de MYPES se han venido desarrollando y mejorando continuamente en el país que ha aceptado al turismo como un sector que imprime beneficios directos al país.

Esta parte del presente trabajo es con mucha seguridad, el tema más relevante del proyecto debido a que es el enlace entre el turismo como tal y el desarrollo de MYPES.

En el año 1996 la Fundación Promotora Productores y Empresarios Salvadoreños (PROESA), fue la primera institución en realizar un estudio sobre las micro y pequeñas empresas turísticas en El Salvador, en ese entonces se estimaba que existían unas 400,000 microempresas de todos los sectores.

El perfil de las MYPES turísticas era pues el predominio de bares y restaurantes, el sector de hospedaje era mínimo al igual que el de artesanías. Con el pasar del tiempo estos sectores han ido en aumento conjuntamente y han convertido al país en un lugar muy atractivo para extranjeros y compatriotas.

Las MYPES de turismo han sobrevivido a lo largo de los años lo que constituye una buena base para poder desarrollar esta actividad en lugares donde aun no se explota en su totalidad los recursos turísticos que se poseen en el país, recordando que las microempresas son las principales generadoras de empleo y contribuyen al desarrollo económico del país.

Según el estudio realizado por PROESA, las micro y pequeñas empresas turísticas se distribuyen en diferentes actividades. Un 67% de ellas constituyen las actividades de bar y restaurantes; Luego, en el sector hospedaje se encuentran concentradas un 12% y por último lugar aparecen las empresas de artesanías con un 10%.

Otro dato interesante es que la ubicación de estas empresas están concentradas en la zona central, en San Salvador (31.9%) y en La Libertad (15.4%). Haciendo un análisis en este aspecto, es lógico esta distribución, ya que la capital es la principal por los factores logísticos y estratégicos de posición y luego La Libertad, que se consolida como el principal destino turístico en el país tomando en cuenta su riqueza de atractivos turísticos: playa, montaña y ruinas y templos mayas en un solo Municipio.

La mayoría de las MYPES turísticas en el país, según el estudio, se encuentran en la clasificación de micro y pequeñas empresas de sobrevivencia o subsistencia. Sus puntos más débiles son los temas de publicidad, estrategias de comercialización y organización. Un punto fuerte es el nivel de escolaridad de sus empleados, ya que alrededor de un 64.03% son personas que van desde la primaria completa hasta la universidad completa y/o estudios técnicos adicionales.¹¹

2.8 VENTAJAS DE LA MYPE TURÍSTICA

Frente a estas desventajas la MYPE turística cuenta con unas ventajas fundamentales, que si se utiliza adecuadamente, le puede permitir ejercer con éxito su actividad. Se trata de la flexibilidad. Se puede definir como la capacidad de la empresa para adaptarse en un plazo corto de tiempo y con un bajo coste a todos los cambios que se van produciendo. La flexibilidad característica de un tamaño reducido proviene de las propias particularidades de la MYPE turística y en concreto de:

- La MYPE turística por definición se encuentra más próxima al cliente. El conjunto de los empleados y directivos de la empresa establecen relaciones más directas con los clientes y consumidores y pueden conocer de forma directa sus necesidades, sus gustos y los posibles cambios que los afecten.
- La PYME turística tiene una clara vocación comercial. Son empresas de servicios, del sector terciario, trabajan directamente con el cliente y en el proceso de prestación de algunos servicios

¹¹<http://es.scribd.com/doc/4774174/modelo-de-microempresas-turismo>

incluyen el proceso de venta de otros. Se trata de pequeños negocios, con empresarios-propietarios muy centrados en los clientes, en las ventas y en la función comercial de la empresa.

- La estructura organizativa simple y relativamente centralizada puede permitir cambios a más corto plazo, mayor rapidez en la toma de decisiones y una mayor asunción de riesgos. Un solo empresario turístico puede tomar una decisión rápida sobre un cambio concreto que en una gran empresa tarda más tiempo en estudiarse y aprobarse.
- La MYPE turística tiene un alto potencial para desarrollar o asimilar innovaciones tecnológicas de bajo coste y al alcance de sus recursos, sobre todo en los aspectos de prestación de servicios o de gestión.

Llegados a este punto es necesario señalar que las empresas turísticas con una escasa dimensión técnica, referida a número de empleados, a volumen de ventas, al número de habitaciones o a cualquier otra magnitud económica, puede tener una mayor dimensión organizativa cuando desarrolla acuerdos con otras empresas para realizar actividades conjuntamente. Su ámbito competitivo, productivo o comercial sería de esta forma mayor, con lo que podría conseguir algunas ventajas propias de las grandes empresas (economías de escala, acceso favorable a los recursos o a los mercados, etc.), aprovechando a la vez la flexibilidad como gran ventaja de la MYPE turística. Por ello analizamos a continuación los procesos de cooperación en la MYPE turística que suponen una de sus mejores bazas para competir, sobrevivir y crecer.

2.9 LA PROBLEMÁTICA DE LA MYPE TURÍSTICA

El tamaño de una empresa turística puede ser uno de los condicionantes más importantes a la hora de ejercer su actividad y para la forma de gestionarla. En general, las empresas turísticas de menor dimensión se encuentran con una serie de inconvenientes derivados directamente de su tamaño y a ellos se unen otra serie de desventajas que también están relacionadas con éste y que son comunes a la mayor parte de las MYPES. Entre las desventajas de la MYPE turística que se relacionan más directamente con su pequeña dimensión, y que la sitúan en una posición desfavorable en el juego competitivo frente a las grandes empresas, tres pueden ser destacadas.

La primera es que el escaso tamaño no permite el acceso a economías de escala (derivadas de un alto volumen de producción), por lo que no puede conseguir unos costes unitarios más bajos. Esto trae como consecuencia la imposibilidad de implantar estrategias basadas en un liderazgo en costes

por sí misma, sin recurrir a irregularidades fiscales, laborales o económicas. En la MYPE turística esta desventaja puede ser amortiguada en algunos subsectores debido a que son empresas intensivas en mano de obra y no en capital, pero el problema subsiste en el transporte, en los hoteles o en la intermediación.

La segunda corresponde a su dificultad en el acceso a los recursos. Si bien es importante la desventaja derivada de los problemas para hacerse con los recursos materiales necesarios para su actividad (instalaciones, equipamientos, materias primas o programas informáticos), es especialmente relevante la relacionada con dos tipos de recursos intangibles (humanos, tecnológicos y reputación). El acceso de la PYME turística a los recursos financieros acaba en muchas ocasiones en la autofinanciación o el crédito a corto plazo, siendo muy difícil la obtención de recursos del mercado de capitales a medio y largo plazo. Por otro lado, tanto los conocimientos tecnológicos como los recursos humanos suficientemente capacitados tienen un coste demasiado elevado para las pequeñas empresas turísticas y además se debe tener en cuenta que no se pueden mantener ni tecnologías ni personal muy especializado para cada área y que el máximo fruto de estos recursos se obtiene cuando se emplean de forma integrada en un equipo o en un proceso productivo global. Todo ello coarta las posibles estrategias basadas en la diferenciación (que nuestros productos y servicios turísticos sean vistos como únicos por nuestros clientes) y en la reputación, ya que estas requieren inversiones en publicidad o en investigación que raramente están al alcance de la PYME turística.

La tercera es la debilidad en su posición competitiva. Un menor tamaño restringe el poder de negociación con los clientes y distribuidores y con los proveedores y suministradores. A la vez, y como se ha señalado anteriormente, la capacidad de maniobra para rivalizar con los competidores actuales o potenciales ésta muy mermada (no se puede competir en costes ni en diferenciación).

Además de estas desventajas, existen otra serie de inconvenientes relacionados con la dimensión y que afectan a la mayor parte de las MYPES turísticas de nuestro entorno que, sin pretender ser exhaustivos, se recogen a continuación:

- Falta de capacidad directiva por parte de los propietarios-empresarios. La dirección de la MYPE está concentrada en pocas personas y, en general, su formación empresarial y en la dirección de empresas es muy escasa. La falta de profesionalización ha sido uno de los frenos tradicionales en el sector turístico, pero todavía es más grave en el caso de la

dirección y de la gestión de la empresa turística. A la falta de formación se añade a menudo la falta de habilidades o de experiencia de los directivos o empresarios que llevan a sus empresas turísticas a importantes fracasos o a su desaparición.

- Visión a corto plazo de la empresa. Los pequeños negocios turísticos se concentran en la gestión del día a día y se pierde la perspectiva de futuro. Por ello, una de las carencias más habituales en la MYPE turística se da en el ámbito de la planificación que es la piedra angular de cualquier proceso de gestión que tienda hacia la eficacia y la eficiencia.
- Estructuras empresariales muy simples, con unidades poco especializadas y mucha centralización en la toma de decisiones. Esto dificulta un contacto más estrecho con el entorno y centra la atención en los problemas funcionales e internos de la empresa turística.
- Personal poco cualificado y poca importancia prestada a la formación. Para competir por mediante habilidades y recursos es imprescindible partir de las competencias de los empleados s todos los niveles. El Acceso a la formación y personal muy especializado, que cada día se encuentra en mayor medida en el sector turístico, queda reservado para empresas con mayores recursos.
- Utilización de tecnologías, procesos, maquinaria, equipos y programas informáticos y de comunicaciones no adaptados a las innovaciones más recientes como consecuencia del acceso limitado a los recursos.
- Poca o nula importancia de la información en la gestión de la MYPE turística. La información es un valioso recurso que para ser competitivos hay que poseer en la cantidad, calidad y momento adecuados.
- Dificultades en la comercialización de los servicios turísticos ante la imposibilidad de una gestión integrada de marketing. La investigación de mercados es prácticamente inexistente, es difícil obtener ventajas de algunas variables como el precio o la publicidad, no se posee una red de distribución propia y la mentalidad y la capacidad para acceder a los mercados internacionales es muy limitada.

- Problemas derivados de la estructura familiar de gran número de las MYPES turísticas. Fundamentalmente éstos se relacionan con comportamientos emocionales en la gestión, con los procesos de secesión y con la segmentación de la propiedad a través de las generaciones

2.10 LA COOPERACIÓN EN LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA TURÍSTICA

La cooperación entre las micro y pequeñas empresas turísticas responde a las metas que anteriormente se han señalado: mantener la flexibilidad que poseen por las características de su dimensión, permitir economías de escala que signifiquen una reducción de costes, entrada en nuevos mercados, sobre todo para hacer frente a la competencia internacional y a la globalización, compartir riesgos de que una sola empresa turística no podría llevar a cabo, permitir un mejor clima para la innovación técnica en productos, en prestación de servicios y en procesos, puesto que se pueden compartir los costes del desarrollo de nuevas tecnologías y establecer procesos de complementariedad y sinergias (el producto total es mayor que la suma de las partes) entre las MYPES turísticas.

La cooperación supone un acuerdo entre dos o más empresas jurídicamente independientes que se comprometen a actuar conjuntamente en unas actividades y con unos recursos concretos, durante un tiempo determinado, para la consecución de parte de sus objetivos. Las empresas turísticas también pueden cooperar con las de otros sectores, ya sean afines o más alejados del turismo. Así, se van a establecer unas relaciones privilegiadas con cierta estabilidad y permanencia entre las empresas de forma que no serán fácilmente sustituibles unas por otras. El objeto de los acuerdos abarca áreas como la prestación conjunta de servicios o de productos turísticos comunes, la distribución, la investigación y desarrollo, la transferencia de tecnología, el uso de licencias, etc. Estos acuerdos de cooperación también se dan entre empresas turísticas competidoras, pero no afectan a la competencia global, sino sólo a la actividad concreta objeto de cooperación. Es normal la existencia de un equilibrio dinámico entre competencia y cooperación entre las empresas cooperantes. Vamos a distinguir entre tres tipos de cooperación posible en la que van a participar las empresas del sector turístico:

- 1) Cooperación horizontal. Entre empresas que se encuentran en el mismo subsector turístico o se dedican a la misma actividad. El objetivo es una alianza entre las empresa cooperantes para ganar ventaja frente a las demás.
- 2) Cooperación vertical. Entre empresas situadas en distintos niveles de un proceso de prestación del servicio turístico completo (por ejemplo, entre mayoristas y minoristas o entre hoteles y agencias de viajes). Es una forma alternativa a la integración vertical hacia arriba o hacia abajo en las que los cooperantes obtienen las ventajas de la integración manteniendo su independencia.
- 3) Cooperación simbiótica. Entre empresas que no están relacionadas en sus procesos productivos o de prestación de servicios. En cambio, tienen unas habilidades, unos recursos y unas competencias complementarios, de los que pueden obtener rendimientos mutuos. Se da entre empresas turísticas y otras de sectores diferentes.

2.11 LA EMPRESA TURÍSTICA FAMILIAR

No existe una correspondencia exacta entre empresa familiar y MYPE turística, puesto que muchas grandes empresas turísticas son familiares y un buen porcentaje tiene una estructura de propiedad y de gestión ajena a la perspectiva familiar.

La gestión de empresas turísticas familiares viene caracterizada por la relación entre negocio y familia. Entendemos como empresa turística familiar, aquella empresa turística en que la familia posee una parte importante del capital de la misma, de tal manera que tiene una participación que permite su control y los miembros de la familia ocupan los cargos directivos más importantes y los distintos órganos de empresa.

2.12 ANTECEDENTES DE INICIATIVAS DE MYPES TURÍSTICAS EN HUIZÚCAR

El Municipio de Huizúcar, si bien es un municipio céntrico, cercano a la capital y a destinos turísticos ya potencializados como el Puerto de La Libertad, con un clima agradable y con índices sociales positivos (poca delincuencia, poco analfabetismo, etc.) aun no ha despegado en cuanto al sector turismo.

No es un concepto ajeno para el Gobierno Municipal de Huizúcar ni para el Gobierno Central de El Salvador que el turismo es una apuesta adecuada y necesaria para poder mejorar los niveles de vida de la población de Huizúcar, generando desarrollo local y facilitando el ingreso de otros

municipios aledaños y sectores interesados a desarrollar y explotar positivamente este rubro que a la fecha no se ha canalizado más a fondo.

Cabe destacar que el hecho que se mencione que el turismo no ha sido explotado con mayor profundidad, no quiere decir que no han existido esfuerzos encaminados a potenciar el mismo. A continuación mencionamos algunos esfuerzos relacionados al desarrollo del turismo en Huizúcar tanto de parte de la Alcaldía Municipal como del Ministerio de Turismo:

ALCALDIA MUNICIPAL DE HUIZÚCAR BUSCA ATRAER INVERSIONES EMPRESARIALES EN TURISMO

La Alcaldía Municipal de Huizucar, a través del Alcalde Sr. Moisés Amílcar Tamacas ha realizado contactos fuera del país, para la promoción de inversión enfocada al desarrollo de iniciativas turísticas.

Mientras la crisis económica persiste, para el alcalde de Huizucar, un pequeño poblado a 15 minutos de San Salvador, El Salvador, esta situación puede ser la oportunidad que muchos salvadoreños que viven en el exterior, están buscando para invertir en varios proyectos de turismo y desarrollo, que su municipio está empeñada en promover.

Moisés Amílcar Tamacas, alcalde, y Juan Carlos Hernández, asesor, ni bien llegaron desde Los Ángeles, se dieron cita con un pequeño grupo de salvadoreños en un popular restaurante de Huntington Station, Nueva York, en donde informaron acerca de los proyectos que están impulsando, sobre todo los que tienen que ver con el desarrollo del turismo, con el propósito de animar a los salvadoreños que viven en Nueva York en convertirse en socios para sacar adelante la pequeña comuna. “Venimos de Los Ángeles donde tuvimos reuniones con miembros de la Cámara Salvadoreña de Comercio, para darles a conocer nuestros proyectos de desarrollo y estamos muy contentos de cómo han recibido nuestras iniciativas”, dijo contento el alcalde a LTH.

El Sr. Tamacas, al ser cuestionado en que consisten los proyectos que pretende incentivar dijo: “Queremos buscar inversionistas para el desarrollo de la infraestructura para el turismo ya que Huizúcar tiene gran potencial, no solo por su ubicación sino también por sus atractivos naturales que lo pueden poner como un destino turístico de gran demanda, debido a que está muy cerca de la capital. Quienes quieran apostar por el desarrollo, tienen alternativas como hostales, restaurantes,

tiendas de artesanías y otros. Pero no solo eso, también ofrecemos posibilidades de invertir en la agricultura como la siembra del frijol y el desarrollo de la apicultura y la venta de miel de abejas. Es decir, hay mucho espacio para ello y se pueden comprar terrenos desde 5 dólares la vara cuadrada".¹²

APOYO DEL MINISTERIO DE TURISMO A FORTALECER LAS MYPES TURISTICAS EN HUIZÚCAR

El apoyo ha sido tanto del Gobierno Central a través del Ministerio de Turismo (MITUR) y la Policía de Turismo (POLITUR) como por parte de la Alcaldía Municipal de Huizucar principalmente.

Tal caso es el proyecto Turismo Nocturno que desarrolla la División Policía de Turismo desde el 04 de noviembre del año 2008, formará parte del programa de Pueblos Vivos que ejecuta el Ministerio de Turismo desde junio del 2009.

La integración de estas dos estrategias ha sido acordada por el Ministro de Turismo, Licenciado José Napoleón Duarte y el jefe de POLITUR, Comisionado Vladimir Cáceres y se hará efectiva mediante un evento denominado "Lanzamiento del proyecto Turismo Nocturno como una estrategia de Pueblos Vivos", el cual se realizó el miércoles 13 de enero de 2010, a las 06:30 p. m, en el municipio de Huizúcar.

El Programa "Pueblos Vivos" de MITUR y el proyecto "Turismo Nocturno" de POLITUR son proyectos turísticos creados con el objetivo de rescatar los valores y la cultura salvadoreña incentivar en los habitantes de cada municipio participante el rescate de nuestra identidad, además de fomentar en las nuevas generaciones las costumbres y valores autóctonos que nos caracterizan.

El 13 de enero de 2010, Huizucar recibió más de 300 turistas y se vistió de gala al ser el primer pueblo vivo que realiza el turismo nocturno, con la visión de convertirse en un municipio altamente competitivo y en un polo de desarrollo que beneficiará a toda la comunidad.¹³

¹² <http://tribunahispanausa.com/portal/?p=17856>

¹³ <https://sites.google.com/a/politurelsalvador.com/web/noticias/proyecto-de-turismo-nocturno-continua-avanzando>

3. MARCO TEÓRICO Y GENERALIDADES DEL TURISMO

3.1 DEFINICIÓN DEL TURISMO

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

A finales del siglo dieciséis surge la costumbre de mandar a los jóvenes aristócratas ingleses a hacer el Grand Tour al finalizar sus estudios con el fin de complementar su formación y adquirir ciertas experiencias. Era un viaje de larga duración (entre 3 y 5 años) que se hacía por distintos países europeos, y de ahí proceden las palabras: turismo, turista, etc.

Algunos otros expertos en el tema, también han aportado en sus conceptos propios sobre turismo y los cuales prácticamente conservan en esencia la definición que indica la OMT. A continuación se citan algunos ejemplos:

Arthur Bormann, Berlín 1930 define al turismo "como el conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal, no son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo".

Walter Hunziker – KurtKrapf, 1942 dicen que "el turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa".

Según el glosario básico de la OMT, el turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.¹⁴

¹⁴<http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>

3.2 ANTECEDENTES E HISTORIA DEL TURISMO EN EL MUNDO

3.2.1 HISTORIA DEL TURISMO

Efectivamente, desde los orígenes del hombre, éste se ha visto impulsado a trasladarse a diferentes emplazamientos por distintas razones: caza, religión, comercio, guerras, ocio, etc. Así, los romanos viajaban a sus villas de verano para descansar y escapar del bullicio de las ciudades. En la época de la Ilustración, las clases acomodadas realizaban viajes por motivos culturales conocidos con el nombre de *Grand Tour*. Sin embargo, no ha sido hasta la segunda mitad del siglo XX cuando el turismo surge como un fenómeno de masas.

En los años cincuenta, el viaje internacional se fué haciendo cada vez más accesible a un porcentaje mayor de la población debido a diferentes factores, como por ejemplo, la aparición del avión de pasaje a reacción al término de la Segunda Guerra Mundial, el bajo precio del petróleo, la mayor renta disponible de las familias, la aparición de vacaciones pagadas y el aumento del tiempo libre del que dispone la población en los países industrializados.¹⁵

El término "turismología" surgió en los años '60. Pero fue el yugoslavo Živadin Jovičić (geógrafo en su formación académica), el científico considerado "padre de la turismología", quién lo popularizó cuando fundó la revista del mismo nombre en 1972.

Jovicic consideraba que ninguna de las ciencias existentes podía realizar el estudio del turismo en toda su dimensión (ni la geografía, ni la economía, ni la sociología, etc.) por considerar que sus aportaciones son unilaterales. Esto lo permitiría la creación de una ciencia independiente, la turismología.¹⁶

3.2.2 LA EVOLUCIÓN HISTÓRICA DEL TURISMO Y SU ACTUALIDAD

El turismo como tal, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la revolución industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se caracterizan por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por

¹⁵"Introducción al turismo", OMT Organización Mundial del Turismo. Dir. Amparo Sancho

¹⁶<http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>

guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, entre otros. No obstante el turismo tiene antecedentes históricos claros.

El rápido cambio en la estructura familiar, el patrón de trabajo y movilidad de la población se han traducido en un boom mundial del turismo, lo que demuestra cómo es una de las industrias del planeta de mayor crecimiento. Sector del turismo también afirma ser la mayor fuente de empleo en el mundo.

El año 2001 significó un impacto negativo para el turismo, a partir de los ataques terroristas perpetrados en EE.UU. e Inglaterra. Estos acontecimientos marcaron una fuerte convulsión social y económica y afectó negativamente y de manera directa al turismo ya que el principal medio de transporte de los turistas es precisamente la vía aérea. Estos sucesos, a pesar del gran impacto global que tuvieron, han ido siendo superados por la industria turística y de hecho la han fortalecido y diversificado, haciendo más exigentes a los turistas.

Según el Banco Mundial, el turismo es la industria con mayor y más rápido desarrollo en el mundo de hoy. La Organización Mundial del Turismo ha llegado a la conclusión de que 2006 se convirtió en récord para el turismo mundial. La cantidad de turistas de haber visitado otros países se ha convertido en un 4,5% más y llegó a 842 millones de personas en comparación con 2005.

De acuerdo con la información dada por el perfil de Washington, la afluencia turística más grande ha sido marcada en el sur de Asia, y se convierten en un 10% superior en comparación con 2005. La India es el país más atractivo para los viajeros extranjeros.

Un notable crecimiento - un 8,1% se ha observado en África. La mayoría de los turistas extranjeros han visitado la RAE, Kenia y Marruecos. En los países de la zona Asia-Pacífico el número de turistas se ha convertido en un 7,6% superior, y en Europa - un 4% más alto. Alemania, que era el sitio de la Copa del Mundo se ha convertido en un líder aquí. La industria del turismo en el Cercano Oriente ha obtenido el mismo resultado.

La cantidad de turistas de haber visitado países de América del Sur y del Norte se convirtió en apenas un 2% más en 2006. Estas bajas tasas están relacionadas con la reducción de turistas que visitan Canadá y México.¹⁷

3.3 EL TURISMO: UN FENÓMENO ECONÓMICO Y SOCIAL

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico. Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos. La expansión general del turismo en los países industrializados y desarrollados ha sido beneficiosa, en términos económicos y de empleo, para muchos sectores relacionados, desde la construcción hasta la agricultura o las telecomunicaciones. La contribución del turismo al bienestar económico depende de la calidad y de las rentas que el turismo ofrezca. La OMT ayuda a los destinos a posicionarse, de forma sostenible, en unos mercados nacionales e internacionales cada vez más complejos. Como organismo de las Naciones Unidas dedicado al turismo, la OMT insiste en que los países en desarrollo pueden beneficiarse especialmente del turismo sostenible y actúa para que así sea.

Cifras clave:

- La contribución del turismo a la actividad económica mundial se estima en cerca del 5%. Su contribución al empleo tiende a ser ligeramente superior en términos relativos y se estima entre el 6% y el 7% del número total de empleos en todo el mundo (directos e indirectos).

¹⁷<http://www.travelwebdir.com/articles/tourism-is-the-largest-industry-in-the-world-1540.htm>

- Entre 1950 y 2011, las llegadas de turistas internacionales crecieron a un ritmo anual del 6,2% y se pasó así de 25 millones a 980 millones.
- Los ingresos generados por estas llegadas aumentaron a un ritmo aún más rápido llegando a situarse alrededor de los 919.000 millones de dólares de los Estados Unidos en 2011.
- Mientras que en 1950 los 15 destinos principales absorbían el 88% de las llegadas internacionales, en 1970 la proporción fue del 75% y el 55% en 2010, como reflejo de la aparición de nuevos destinos, muchos de ellos en los países en desarrollo.
- Puesto que el crecimiento ha sido especialmente rápido en las regiones emergentes, el porcentaje de llegadas de turistas internacionales en los países emergentes y en desarrollo ha aumentado continuamente, del 32% en 1990 al 47% en 2010.

Evolución actual y previsiones:

- Las llegadas de turistas internacionales en el mundo han crecido casi un 4% en 2011 a 980 millones;
- En 2010, el turismo internacional generó 919 mil millones dólares EE.UU. en ingresos por exportación.
- La OMT prevé un crecimiento en llegadas de turistas internacionales de entre el 3% y 4% en 2012¹⁸

3.4 CLASIFICACIÓN DEL TURISMO

La evolución del turismo en el mundo ha generado una diversidad en su clasificación y características. Se ha diversificado de tal manera que existen actualmente tipos de turismo que hace 60 o incluso 20 años, no se contemplaban debido a que no existían los recursos necesarios para su funcionamiento.

Según sus características propias se puede clasificar el turismo de la siguiente manera:

- **Turismo Individual:** Es aquel cuyo programa de actividades e itinerario son decididos por los viajeros sin intervención de operadores turísticos.

¹⁸ <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>

- Turismo de Masas: Es aquel que se realiza masivamente por todo tipo de personas, sin importar su nivel económico por lo que no es un tipo de turismo exclusivo. Es el mas convencional, pasivo y estacional. Es normalmente menos exigente y especializado. En este tipo de turismo se encuentra el turismo de sol y playa.
- Turismo Cultural: Es el que precisa de recursos histórico-artísticos para su desarrollo; A su vez, es mas exigente y menos estacional. De este tipo de turismo se desprende el turismo arqueológico, urbano, gastronómico, monumental, urbano, entre otros.
- Turismo Natural: Se desarrolla en un medio natural, tratando siempre de realizar actividades recreativas sin deteriorar el entorno. Se sub-clasifica en Ecoturismo, Agroturismo, Agroecoturismo, y otros más.
- Turismo Activo: Se realiza en espacios naturales. El turismo activo esta estrechamente relacionad con el turismo rural y generalmente este tipo de actividades se realizan en un parque natural debido al interés ecológico que estos presentan. En la sub-clasificación del turismo activo podemos encontrar el Turismo de Aventura, Deportivo, Religioso, Parques temáticos.
- Turismo de Negocios: Es aquel que se desarrolla con el objeto o fin de llevar a cabo un negocio o un acuerdo comercial. Se desarrolla por lo general por empresas y empresarios, ejecutivos, comerciantes y otros profesionales para cerrar negocios, captar clientes o prestar servicios. La estacionalidad es invertida a la vacacional, por lo que es un producto muy importante para el sector turístico. El cliente suele ser de alto poder adquisitivo y se trata de un turismo fundamentalmente urbano y con necesidades de infraestructura muy concretas como la conexión a Internet. Algunos ejemplos de este tipo de turismo son los Seminarios, Convenciones, Congresos, *Farm trips* y Viajes de Incentivos a Ejecutivos.
- Turismo Científico: Es una modalidad de turismo cuya motivación es el interés en la ciencia o la necesidad de realizar estudios e investigaciones científicas en lugares especiales como estaciones biológicas o yacimientos arqueológicos. Este tipo de turismo se realiza de forma individual o en pequeños grupos para evitar alterar el objeto de estudio en un entorno natural.

- Turismo Medico: El turismo medico o turismo en salud es un fenómeno global que consiste en el viaje a otra ciudad o país para recibir algún tipo de tratamiento (como cirugías o rehabilitación) o del tipo de bienestar como tratamientos estéticos o Spa. Es un tipo de turismo que se ha venido desarrollando mundialmente y que tiene sus orígenes desde la Antigua Grecia.¹⁹
- Turismo Espacial: Comenzó a principios del Siglo XXI realizado por personas muy ricas y valientes. Consiste en viajes a estaciones espaciales fuera del globo terraqueo para experimentar la ingravidez, fotografiar el planeta Tierra desde el espacio, entre otras cosas. Este es sin duda el tipo de turismo de mayor costo económico por lo que es limitado a un grupo de personas acaudaladas.²⁰

3.5 HISTORIA DEL TURISMO EN EL SALVADOR

3.5.1 INICIOS DEL TURISMO EN EL SALVADOR

Los antecedentes del turismo reflejan sus inicios en El Salvador a partir del año 1924, en donde se constituye en la administración del Dr. Alfonso Quiñónez Molina, la primera Junta de Fomento al Turismo y Propaganda Agrícola, que presidió en ese momento el Dr. José Leiva y que en su momento dependía del Ministerio de Fomento (Obras Públicas).

Este paso precisamente se hizo por la conciencia de la importancia del turismo en El Salvador, no solo por el hecho de adquirir divisas, sino para que la sociedad internacional conociera el país en todos sus valores culturales e históricos, y establecer además nuevas relaciones que beneficiaran al comercio.

A partir del año 1930, dado que se facilitaron nuevas vías de comunicación, se necesitó crear el 14 de Agosto de dicho año, la Junta Nacional de Turismo, la cual serviría de enlace entre el Gobierno y

¹⁹ http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_m%C3%A9dico

²⁰ <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>

las Juntas Departamentales de Caminos, dado que el acceso a las zonas turísticas resultaba fácil se acordó extender en forma gratuita a través de los consulados, tarjetas de turistas a todos aquellos que visitaran el país por un lapso de 8 días, permiso que podía prorrogarse hasta por un mes.

En 1939 se creó en cada departamento del país una Junta de Ornato de las Carreteras, Balnearios, Paseos y Jardines Públicos. Más adelante, en 1945, se crearon las Juntas de Progreso y Turismo que vinieron a sustituir la labor de las Juntas de Ornato, y que especialmente se encargarían del progreso material en las zonas turísticas y todo lo relacionado al beneficio de este rubro. Asimismo, se crea una oficina llamada Sección de Turismo, siendo el primer jefe Don Arturo Romero Castro.

En 1947, se le concedió personería jurídica a la Junta Nacional de Turismo, con carácter de utilidad pública y autonomía completa. La iniciativa surge de considerar como un deber del Estado fomentar el desarrollo cultural y material del país, combinándose los esfuerzos del gobierno y la empresa privada. Inició sus funciones en una oficina en el Ministerio de Relaciones Exteriores, con sede en el Palacio Nacional.

Un año más tarde, en 1948, se trasladan sus oficinas a la calle Rubén Darío núm. 619, San Salvador. Gracias a la visión del Sr. Raúl Contreras quien fué nombrado Presidente de la Junta Nacional de Turismo, se inaugura el parque Balboa como primer turicentro del país, seguido por Apulo, contando con el apoyo del Ing. Federico Morales, con valiosos aportes artísticos. Otro dato sumamente importantes, es que bajo la administración del Sr. Raúl Contreras, se construye el edificio que actualmente ocupa el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU).

En 1960 desaparece la Junta Nacional de Turismo, para que en la fecha 13 de Diciembre de 1961, se decreta, sancione y promulgue la Ley de creación del Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) como institución autónoma, reportando al Ministerio de Economía en ese entonces.

En 1966, el Fondo de Desarrollo Económico del Banco Central de Reserva contemplaba el otorgamiento de créditos a proyectos de construcción de infraestructura turística.²¹

²¹Revista: 50 años ISTU, año 2011

3.5.2 EL TURISMO EN LA DECADA DE 1970

Los años setentas, fueron considerados como la época dorada del turismo en El Salvador, con una vida económica caracterizada por una relativa estabilidad.

Dos factores impulsaron el desarrollo de la infraestructura hotelera: uno fué la motivación de la iniciativa privada al identificar la rentabilidad de este tipo de inversiones; y el segundo factor fue, los incentivos fiscales y las facilidades de crédito otorgadas al sector.

Ya en 1973, con la llegada del Coronel Arturo Armando Molina se implantó un estilo de gobierno planificados con argumentos sistemáticos para la priorización de ciertos sectores de la economía; es en esta época cuando el turismo se visualizó como una actividad capaz de generar cuantiosas divisas y empleos, la cual conllevó al despegue de la actividad. Esto se concretizó materialmente: El número de visitantes extranjeros para ese año se incremento en un 35%, manteniendo esta tendencia creciente para alcanzar un máximo de 293,000 turistas en 1978.

Un evento que marco historia a nivel turístico, fué el de Miss Universo del año 1975, que fué realizado en nuestro país y sirvió de ventana para promover a El Salvador como destino turístico. En ese entonces, se realizaron sesiones fotográficas, como la memorable realizada en el parque Los Chorros.

En el periodo de los años 1977 y 1978, el turismo alcanzó el tercer lugar de generación de divisas en la economía nacional, después del café y el algodón, lo que fué el producto de una labor continua y coordinada entre el Gobierno y la empresa privada, representada por un grupo llamado "Los hombre del Turismo". Se definió una estrategia del posicionamiento de El Salvador como un destino de sol, arena y playa, y se determinaron las tácticas de mercado necesarias para impulsar su inserción en el mapa turístico internacional, especialmente en el mercado de Estados Unidos.

3.5.3 EL TURISMO DURANTE EL CONFLICTO ARMADO EN EL SALVADOR

El conflicto armado representó un grave retroceso en las bases del turismo en El Salvador. La inestabilidad y la imagen que se daba nivel internacional mediante los medios de información de la época ocasionaron cuantiosas pérdidas al sector turístico.

La violencia borró del mapa turístico internacional a El Salvador. Por ejemplo, en el mercado estadounidense, además de las advertencias para no acudir al país de parte del Gobierno de

Estados Unidos, las solicitudes de visa de ingreso eran sometidas a estrictas investigaciones para impedir el ingreso a El Salvador de simpatizantes de los movimientos de izquierda; de esta forma las posibilidades del desarrollo del turismo eran nulas y la construcción de infraestructuras turística quedo estancada.²²

3.5.4 EL TURISMO EN LA ACTUALIDAD EN EL SALVADOR

El turismo constituye uno de los mayores recursos para el desarrollo económico de El Salvador. A los excelentes atractivos naturales que posee el país, con playas paradisíacas, un clima tropical benigno y paisajes exuberantes, se une un importante patrimonio arqueológico y ecológico, con vestigios coloniales y precolombinos, además de reservas nacionales.

Sin embargo, en las últimas décadas, la biodiversidad y el equilibrio ecológico del país han sufrido el duro impacto del urbanismo, la contaminación y la polución; la creciente concentración de la población en las áreas urbanas ha llevado a un mayor aglutinamiento de la población en las regiones Sur y Sudoccidental del país (especialmente en el área metropolitana de San Salvador). Estas zonas constituyen un ecosistema frágil, ya que en ellas se canalizan y se alimentan los acuíferos del corredor sur del país, limitando la capacidad de abastecimiento de agua a partir de las fuentes subterráneas.

El Salvador presenta, además, un potencial de excepción en el ámbito del turismo cultural, con más de 2,000 lugares arqueológicos reconocidos, muestras de las culturas maya y olmeca, principalmente. Destacan por su importancia los restos arqueológicos de Las Pirámides de San Andrés, Joya de Cerén, Cihuatán, Quelepa, Tazumal y Tehuacán.

Si bien, el turismo es una actividad que se explotó poco durante las últimas dos décadas debido a la inestabilidad política de los tiempos de guerra civil, luego de los Acuerdos de Paz, firmados en 1992, hubo nuevas expectativas, aunque su desarrollo marchó a paso lento debido a la falta de infraestructura en las zonas rurales del país y a que el gobierno de turno estableció otras prioridades en su política económica, como la maquila.

²²: "Turismo en El Salvador: El reto de la Competitividad". Javier Moreno, Gustavo Segura y CristInman. INCAE, Agosto 1998

Una cualidad del territorio es que la extensión es pequeña. A El Salvador se le conoce como "el país de los 40 minutos", debido a que desde la capital se accede en ese tiempo a distintos lugares turísticos: playas a lo largo del sur del territorio, montañas ubicadas al occidente norte y a los pueblos del interior.

Como en todos los pueblos del mundo El Salvador destaca la personalidad de los salvadoreños, tienen calidad humana, ya que se entregan por completo para complacer a sus visitantes.

PLAN DE TURISMO 2020

El Plan de Turismo 2020 viene a ser una iniciativa que MITUR y CORSATUR han considerado para poder contar con una visión de largo plazo sobre el desarrollo turístico de El Salvador que permita contemplar aquellas inversiones y actuaciones (nuevas infraestructuras de comunicaciones, cambios en el sistema de capacitación y cualificación turística, promoción en algunos mercados emisores, por ejemplo) cuyos efectos serán más visibles a medio y largo plazo. Todo ello, en consonancia, con los procedimientos y sistemas de planificación existentes en el ámbito de otras organizaciones turísticas mundiales, regionales, así como por parte de numerosos países de la escena turística internacional.

Este plan nace de la necesidad de actualizar y revisar las estrategias, principios y criterios de planificación del Plan Nacional de Turismo 2014. Por consiguiente, podemos definir que los objetivos del Plan Nacional de Turismo 2020 son:

- Facilitar un nuevo impulso al consenso nacional en materia turística deseable.
- Ajustarse a la nueva realidad económica y financiera internacional.
- Adaptarse a los sistemas de planificación internacional de organizaciones y países con los que deberá converger.
- Otorgar al sector público un nuevo papel en su rol de facilitador principal del desarrollo turístico.
- Facilitar a los actores del sector privado el espacio que estos necesitan como articuladores y motores de la inversión, el desarrollo del sector y la generación de riqueza y bienestar del país.
- Considerar, en el contexto anterior, la oportunidad que El Salvador tiene en la actividad emprendedora como eje motor del cambio en dirección al desarrollo social, económico y ambiental del país.

Este Plan viene a proporcionar una herramienta que sirva de guía para que los diferentes actores que participan en el desarrollo del sector turístico puedan tener un camino adecuado hacia la búsqueda de la consecución de los objetivos en común.

Es interesante sobre todo el último objetivo señalado, ya que se hace énfasis en tener en consideración la actividad emprendedora como eje de motor de cambio. De esto podemos analizar que efectivamente desde el gobierno se deben establecer rutas diseñadas hacia facilitar que las iniciativas empresariales con potencial turístico de todos los tamaños, incluidos las micro y pequeñas empresas, puedan establecerse, sostenerse y superarse con el tiempo.²³

3.6 EL TURISMO EN EL SALVADOR Y SUS IMPLICACIONES EN EL SECTOR DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS

El turismo, además de ser una actividad económica, incide en el desarrollo de los territorios donde se realiza. La institucionalidad y los planes nacionales deben considerar los impactos que el desarrollo del turismo tiene sobre la sociedad y el medio ambiente. Al prevalecer una visión sectorial que se limita a la lógica de acumulación —vía la promoción y comercialización de lugares y paquetes o a la búsqueda de inversiones inmobiliarias y megaproyectos— se le desvincula de los impactos que genera en las dinámicas sociales, económicas, ambientales y culturales.

Por otro lado, necesita espacios y recursos naturales y humanos, por lo que tiene que estar altamente regulada. De lo contrario, puede convertirse en una amenaza para las formas de vida locales y a la sostenibilidad ambiental de los ecosistemas. En países como El Salvador —que mantiene condiciones de inseguridad en los derechos de acceso y tenencia de la tierra, que no cuentan con marcos normativos adecuados que regulen las inversiones extranjeras y que carece de marcos de política para la planificación y el ordenamiento del territorio— es necesario construir un abordaje integrado por parte del Estado para que el turismo no se convierta en una amenaza para la sostenibilidad ambiental y los medios de vida de la población.

Para el caso de El Salvador el turismo aún no es una punta de lanza que mueve la economía, sin embargo tiene el potencial de articular diversas actividades económicas que fomenten el empleo, impulsando así la dinamización de los actividades socioproductivas, estimulando el rescate de la

²³ "Plan de Turismo 2020 El Salvador", Grupo GDT, Diciembre 2008

historia y la cultura y, en algunos casos, incentivando la restauración y cuidado de los recursos naturales.

Ahora bien, el desarrollo de MYPEs con enfoque turístico se ve limitado ya que en las decisiones y líneas de acción de las instituciones gubernamentales no son incluidas directamente a pesar de que estas mismas instituciones hacen énfasis en el fortalecimiento de estas iniciativas empresariales. De hecho, en nuestro país la gran mayoría de las empresas relacionadas al turismo se clasifican como Micro o Pequeñas empresas con un 99.61% tal como se puede ver en el Cuadro: Establecimientos según tipo de empresa. Esto nos indica que debe existir un apoyo más enérgico y especializado hacia las MYPEs turísticas que actualmente existen y hacia promover las iniciativas de nuevas microempresas que dinamicen la economía y sociedad de los Municipios.

FIGURA N° 2: ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS SEGÚN TIPO DE EMPRESA

Establecimientos según tipo de empresa

| Hoteles, bares, restaurantes y cantinas según tipo de empresa | | |
|---|----------------------------|-------|
| | Número de establecimientos | % |
| Microempresa (1-9) | 12,969 | 95.89 |
| Pequeña empresa (10-49) | 503 | 3.72 |
| Mediana empresa (50-99) | 44 | 0.32 |
| Gran empresa (100-más) | 9 | 0.06 |
| Total | 13,525 | |

Fuente: Elaboración propia con base a datos del Censo Económico (Ministerio de Economía, 2005).

3.7 EL TURISMO COMO EJE DINAMIZADOR DEL DESARROLLO EN LOS TERRITORIOS RURALES A TRAVÉS DE LAS MYPES TURÍSTICAS

El discurso global del desarrollo sostenible considera al turismo como eje dinamizador a partir del cual se pueden impulsar experiencias orientadas al fortalecimiento del desarrollo local y de las estrategias de vida comunitarias, bajo los cuales se contribuye al combate de la pobreza.

La modalidad del turismo rural comunitario aporta a este propósito, porque parte de la articulación comunitaria como eje de acción. El turismo rural comunitario en El Salvador, surge en gran parte por factores como: la necesidad de diversificar los medios de vida de la población, la urgencia por asegurar el control de la tierra y la necesidad de restauración y conservación de los recursos naturales, históricos y culturales. Es una modalidad que se desarrolla en áreas rurales donde familias, cooperativas, asociaciones de desarrollo comunal, grupos indígenas u otras organizaciones de tipo colectivo manejan la actividad turística planificando, gestionando y cuidando los recursos

naturales e históricos que sirven de atractivo en sus territorios. La actividad turística es un componente cada vez más importante de la economía rural, cuyos ingresos permiten beneficiar directamente a un número significativo de familias e invertir en obras comunitarias.

El turismo de base local debe integrar, tanto las experiencias comunitarias organizadas como a empresas locales, gobierno y ciudadanos. Este tipo de turismo no se da de manera aislada, tiene que estar integrado a las estrategias de desarrollo local o territorial, apoyarse y asistir la participación activa de los actores locales (empresas, Estado/Gobierno local y ciudadanos). Estos deben construir y apropiarse de los diversos instrumentos para la planificación de acciones, regulaciones y alianzas intersectoriales, para que la actividad turística tenga efectos positivos sobre el desarrollo local.²⁴

3.8 ESTADÍSTICAS E INDICADORES DEL TURISMO EN EL SALVADOR

El rubro de turismo, al igual que otros sectores económicos, muestra cuantitativamente su crecimiento, decrecimiento o inmovilidad en El Salvador mediante las estadísticas captadas por las instituciones gubernamentales y no gubernamentales que se relacionan al turismo.

Para efectos de delimitar el periodo de muestra de las estadísticas, se presentan únicamente las estadísticas reflejadas en el periodo de 2010 a 2012. A continuación se muestran algunas cifras e información:

Según el último reporte brindado por el Ministerio de Turismo, los ingresos por turismo internacional dejaron en derrama económica 39,1 millones de dólares en el periodo de semana santa de 2012, reflejando un crecimiento del 27,0%, respecto al mismo periodo vacacional del año anterior. Los datos estadísticos revelan además que la participación de turistas de Guatemala representó un 68.9%, seguido de Honduras con 21.5% y Nicaragua el 5.4%, respectivamente.

El Ministerio de Turismo superó las expectativas de crecimiento durante la temporada vacacional de Semana Santa, celebrada del 31 de marzo al 08 de abril de 2012, obteniendo un 13% de aumento con respecto a 2011, al recibir un total de 77 mil 100 visitantes internacionales, dejando una

²⁴ http://www.prisma.org.sv/uploads/media/la_apuesta_por_un_Turismo_sostenible_en_ESV.pdf

derrama económica de 39.1 millones de dólares, en comparación con el mismo periodo vacacional del año anterior, al ingresar 30.78 millones de dólares en concepto por divisas.

El titular del ramo, José Napoleón Duarte Durán informó que por vía aérea El Salvador recibió un total de 17 mil 784 turistas más, mostrando un incremento del 86.63% y vía terrestre ingresaron 59 mil 316 turistas, con respecto a la misma temporada del año pasado. En el tiempo vacacional de Semana Santa, por vía aérea, llegaron 4,612 salvadoreños residentes en el exterior, que representa un 26%.

El Ministro de Turismo además menciona: "Este 13% de incremento obedece a la campaña de promoción nacional y regional "Acércate a El Salvador", que fue lanzada con el objetivo de atraer turistas al país. En derrama económica este dígito significó en ingresos por divisas en turismo un total de 39.1 millones de dólares recibidos", subrayó el funcionario.

Cabe destacar que 61 mil 973 salvadoreños prefirieron salir a vacacionar fuera del país.

El gasto promedio de un visitante internacional ronda los 89.0 dólares, mientras que la estadía promedio es de 5,7 noches.

Según sondeos realizado por personal técnico de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) la ocupación hotelera estuvo marcada entre el 86% y el 95% en el segmento de Sol y Playa, hoteles de montaña entre el 78% y 89%, en hoteles rurales el comportamiento entre 67% y 69%, respectivamente.²⁵

3.9 MARCO INSTITUCIONAL DE APOYO AL TURISMO EN EL SALVADOR

El turismo, como se detalla en los numerales anteriores, tiene respaldo de parte del Gobierno Central a partir del Ministerio de Turismo y sus dependencias. Este respaldo surge a partir de la necesidad que se identificó que el turismo era un eje importante en el desarrollo del país.

A continuación, se detalla y define cada una de las instituciones de apoyo al turismo que existe en el país:

²⁵<http://www.mitur.gob.sv/novedades/noticias/item/49-el-salvador-recibe-77-100-turistas-internacionales-un-repunte-del-13-en-vacaciones-semana-santa-2012.html>

a) MINISTERIO DE TURISMO (MITUR)

El Ministerio de Turismo (MITUR) es la entidad rectora en materia de turismo, le corresponde determinar y velar por el cumplimiento de la Política y Plan Nacional de Turismo.

El MITUR es creado bajo la Administración del Presidente Elías Antonio Saca por medio del Decreto Ejecutivo Numero 1, de fecha 1 de Junio de 2004, publicado en el Diario Oficial Número 100, Tomo N° 363, de fecha 1 de Junio de 2004. Sus funciones principales consisten en elaborar, formular, planificar la política y el plan nacional de turismo, así como los proyectos normativos; A la vez, se encarga de fomentar las industrias de proyectos a fin de permitir la identificación de áreas territoriales para desarrollo turístico.

Mantiene un intenso diálogo abierto y participativo con la industria de turismo, las gremiales, comités locales, municipalidades, sector educativo, cultural y ambiental, organismos internacionales y las Micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES), para lograr la conceptualización más dinámica entre el sector público y privado, dentro del lema gubernamental "Unir, Crecer, Incluir"

La Misión del MITUR es ser la institución líder del sector turístico nacional, comprometida con el cambio y desarrollo participativo a partir de acciones estratégicas de amplia cobertura.

La Visión del MITUR, o su aspiración estratégica de largo plazo, es trabajar para convertir a El Salvador en punto de encuentro para el turismo nacional e internacional.

Como ente rector del desarrollo turístico en El Salvador y sus instituciones vinculadas, Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) e Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) concentra todo sus esfuerzos, pensamientos y accionar en cumplir las metas y objetivos planteados por el Gobierno del Presidente Mauricio Funes, para el Quinquenio 2009 – 2014.

Además de sus esfuerzos locales, el Ministerio de Turismo mantiene relaciones con organismos internacionales. Tal es el caso de la Organización Mundial del Turismo (OMT) quien es la encargada de velar por el turismo nacional, su desarrollo y su promoción; También podemos mencionar al Sistema de Integración Turística Centroamericana (SITCA) que depende del Consejo Centroamericano de Turismo (CCT) el cual está integrado por los Ministros y Directores de Turismo nacionales de la región centroamericana y su función principal es facilitar y estimular el desarrollo

del turismo en toda la región Centroamericana y trata de eliminar todos los obstáculos e impedimentos al libre movimiento de personas en la región.

Por último, se encuentra la Agencia de Promoción Turística en Centroamérica, que su definición en inglés es *Central América Tourism Agency (CATA)*, la cual se constituye como una Agencia de carácter técnico, que permite responder a las oportunidades comerciales de la industria del turismo internacional, que incluye a El Salvador.²⁶

b) CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO (CORSATUR)

Nace a partir del Decreto No. 779, 31 de julio de 1996, Publicado en el Diario Oficial No. 332, del 23 de agosto de 1996. Su principal finalidad es la que se menciona en el Artículo 2 del mencionado Decreto No. 779, en el cual se establece que a) se encargara de la promoción de los atractivos turísticos de nuestro país en el extranjero; b) difundir y proyectar una cultura turística a efecto de que se valore y proteja nuestro patrimonio natural y cultural; c) fomentar la inversión extranjera y nacional a través del desarrollo de proyectos turísticos; y, d) Promover la privatización de las empresas y bienes inmuebles que se le adjudiquen por Ministerio de Ley, donación o cualquier otro medio lícito, cuando ello fuere de beneficio para nuestro país.

Según fuentes de CORSATUR, se puede definir el rol de ellos como institución ejecutante de los proyectos de turismo en el país. Corresponde al CORSATUR la promoción turística y la administración del Registro Nacional de Turismo.²⁷

c) INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO (ISTU)

El 2 de octubre del 2008, se reforma la Ley del Instituto Salvadoreño de Turismo, teniendo a su cargo la promoción y estímulo de la recreación familiar u excursionismo, en lo que se refiere a la atracción de visitantes hacia dichos Centros. La reforma de la Ley del ISTU, también tiene como principal propósito el fomento del desarrollo industrial y cultural del país, a través del turismo,

²⁶Revista: Ministerio de Turismo de El Salvador, año 2010.

²⁷Revista: Ministerio de Turismo de El Salvador, año 2010.

fortaleciendo la Recreación Familiar, lo cual estipula la salud mental y física de los salvadoreños, satisfaciendo de manera integral las necesidades recreativas de la población y sobre todo promoviendo la unión familiar, ya que es la base fundamental en la sociedad.

El Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) se creó como una entidad de utilidad pública, con el objetivo de promocionar y estimular la sana recreación familiar. El ISTU cuenta con patrimonio propio y autonomía en la administración de sus bienes, operaciones y servicios, lo mismo que en el desempeño de las funciones y actividades que legalmente le correspondan. El ISTU tiene como eje principal de acción, el desarrollo de la *Proyección Social*, como vínculo del mandato del Gobierno Central hacia el Turismo Social e Interna del Estado.

La *Misión* del ISTU es promover y estimular la Recreación Familiar, Social y el Excursionismo a través de su red de Parques Nacionales Recreativos; Su *Visión* es ser la Institución líder en la Recreación Familiar, Social y Excursionismo, a través de la infraestructura de Parques Recreativos que administra, satisfaciendo las necesidades de sus visitantes.²⁸

FIGURA N° 3: ESQUEMA GENERAL DE JUNTA DIRECTIVA DEL ISTU



²⁸Revista: "Guía de Parques Recreativos del ISTU". Enero 2012.

d) POLICIA DE TURISMO (POLITUR)

La Policía de Turismo, es una división de la Policía Nacional Civil de El Salvador, que ha sido creada y especializada para asistir a la ciudadanía en materia de Seguridad Turística. Su objetivo general es garantizar la seguridad, apoyo y orientación al turista, protegiendo al patrimonio cultural y turístico de El Salvador.

Haciendo un poco de Historia, en 1997 se crea la Unidad Turística a propuesta de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), posteriormente en 1998 se le une la Sección Montada bajo la división PPI y los Jefes de Policía de Centroamérica y Panamá se consolidan la seguridad turística a nivel de la región.

En el año 2000, se crea la División Policía Montada con su Departamento Turístico; En el 2002 se conforma como División Policía de Turismo de la Policía Nacional Civil de El Salvador, por Decreto Legislativo, y a finales de 2006 se fortalece POLITUR con el convenio firmado PNC-MITUR el cual se encuentra vigente hasta la fecha.

La *Misión* del POLITUR es brindar seguridad, asistencia y orientación a los turistas; así como la protección del patrimonio cultural y turístico de El Salvador.

La *Visión* del POLITUR es ser una División Policial Especializada en materia de Seguridad Turística, coadyuvando a la prevención del delito garantizando la excelencia en el servicio al turista; contribuyendo así a elevar la imagen y cultura de El Salvador, como destino turístico a nivel internacional.²⁹

e) FUNDEMÁS (Fundación Empresarial para la Acción Social)

Su finalidad es promover una cultura de Responsabilidad Social Empresarial y comportamientos emprendedores que agreguen valor y competitividad a las empresas, a las comunidades y el país.³⁰

²⁹ <https://sites.google.com/a/politurelsalvador.com/web/perfil-del-policia-de-turismo>

³⁰ http://www.fundemas.org/index.php?option=com_content&view=article&id=22&Itemid=6

Promueve el eco y geoturismo. Quien ha promovido el ecoturismo y el desarrollo sostenible en el país, ha beneficiado a empresas tanto de la costa salvadoreña como de las zonas montañosas del país.

f) FUSADES (Fundación Salvadoreña de Desarrollo Económico y Social)

FUSADES es una organización privada de desarrollo, sin fines de lucro, se dedica a la búsqueda permanente del bien común, teniendo como razón de ser y de gestión a la persona humana. Su estrategia de trabajo consiste en promover propuestas de políticas públicas en los campos económico, social, legal e institucional, las cuales se presentan a la sociedad salvadoreña.³¹

Por medio del Programa PYMETUR "Fortalecimiento de la competitividad de la PYME turística de El Salvador" PRIDEX, auspiciado por la Confederación de Empresarios de Andalucía, CEA, y el Programa de Cooperación Internacional de la Junta de Andalucía. Durante un año (2008), el programa buscó fortalecer la competitividad de cien pequeñas y medianas empresas turísticas, a través de los Centros Empresariales de Turismo, CET. Además de servicios directos a las empresas, el proyecto fortaleció también a los proveedores de servicios de consultoría turística, por medio de un plan de formación y acreditación.

g) SALVANATURA (Fundación Ecológica de El Salvador)

Por medio de la gestión y manejo los Parques Nacionales El Imposible y Los Volcanes, SALVANATURA promueve la conservación de los recursos naturales y ha desarrollado una oferta turística en ambos parques, social y ambientalmente responsable (Hostal El Imposible, Zonas de Campamento, centros de interpretación, etc.).

h) ACUA (Asociación Comunitaria Unida por el Agua y la Agricultura)

ACUA es una ONG que trabaja con un enfoque integral, popular y equitativo en la gestión alternativa de territorios, acompañando a poblaciones vulnerables y de escasos recursos para potenciar sus capacidades políticas, económicas, sociales y ambientales, contribuyendo a mejorar

³¹ http://www.fusades.org/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=121&Itemid=97

su calidad de vida, mediante un proceso continuo de iniciativas solidarias en materia de recursos hídricos, seguridad y soberanía alimentaria.

Sus ejes transversales son:

- Equidad de Género
- Medio Ambiente
- Participación Comunitaria
- Líneas estratégicas:
 - Gestión Sustentable de los Recursos Hídricos
 - Gestión Comunitaria de Riesgos y Cambio Climático
 - Gestión Sostenible y Solidaria de Recursos Productivos
 - Organización y Apropiamiento Comunitario y Territorial
 - Fortalecimiento Institucional

Actualmente ACUA posee dos programas que son Agricultura Sostenible y Recursos hídricos en beneficio de las comunidades de cobre que son La 156 comunidades de 12 municipios que se ubican en la zona sur de la cordillera del Bálsamo entre los departamentos de La Libertad y Sonsonate. (Ver anexo 3).

Entre los municipios beneficiados se encuentra Huizucar que es un municipio con muchos potenciales los cuales ACUA quiere explotar para un adecuado desarrollo de sus habitantes, en el Municipio ACUA esta asociado con tres organizaciones conformadas por los algunos pobladores de Huizucar, las cuales son Asociación de Mujeres Huizucareñas, Asociación de Desarrollo Comunal Visión (ADESCOVI) y la Asociación de Jóvenes "Renacimiento Cultural Huizucareño", por medio de estas asociaciones ACUA está en al tanto de todo los problemas que afronta actualmente el Municipio, dándole de esta forma soluciones adecuadas a sus necesidades.

ACUA a su vez está ligado con CONAMYPE, ya que este aprovecha el acercamiento que tiene ACUA con las comunidades para conocer de primera mano las necesidades que poseen los diferentes municipios, los cuales se ven beneficiados con los programas tanto que ofrece CONAMYPE Y ACUA, cada uno se brinda un apoyo mutuo el cual contribuye a desarrollar aquellas zonas del país que más lo necesitan, siendo Huizucar uno de ellos, uno de los objetivos es conocer

cuáles son los potenciales que posee Huizúcar, tanto económicos, sociales, ambientales para así poder explotar esto y hacer del Municipio una fuente generadora de recursos tanto para sus pobladores como para el resto del país.³²

3.10 MODELO DE INTERPRETACIÓN DEL DESARROLLO TURÍSTICO EN HUIZÚCAR

Existen tres componentes que deben de ser muy importante definirlos y analizarlos con el fin de comprender e interpretar el modelo de desarrollo turístico en el Municipio de Huizúcar.

Sin duda, esto sentara una base de enfoque de los actores involucrados en las iniciativas de micro y pequeñas empresas con potencialidad turístico en la zona. Particularmente esto va más bien dirigido hacia la población de Huizúcar en general, de la cual se espera conformen las empresas y asociaciones estratégicas para el cluster turístico. Esto faculta a las personas emprendedoras a saber cuál es el enfoque que se debe tener y que exista sintonía entre los involucrados en la planeación y ejecución de los esfuerzos turísticos.

A continuación, presentamos dichos componentes individualmente para su definición y análisis.

a) 1er Componente: Comunidad local

La comunidad local se refiere a la población en general del Municipio de Huizúcar. Esta debe ser abordada a través de elementos de orden sociocultural y económico. En la propuesta, el rol de la comunidad local se refiere a dar realce y transmisión de los valores socioculturales que contribuyan al proceso de integración de la o las comunidades locales con las perspectivas del desarrollo del turismo y de las micro y pequeñas empresas del ámbito turístico.

En este sentido, la comunidad del Municipio de Huizúcar deberá ser el motor de desarrollo, constituyéndose como un comité de acción local con la finalidad de ser precursores y facilitadores de sus integrantes comprendan y puedan emprender iniciativas empresariales turísticas y también para coordinar las actuaciones pertinentes a llevar a cabo por los demás actores involucrados en el tema.

También se hace hincapié en cuanto al aspecto económico, que la prestación de productos y servicios turísticos deben darse como complemento de las labores realizadas tradicionalmente por los habitantes locales para subsistencia, al menos mientras evolucionan las micro y pequeñas

³² <http://www.acua.org.sv/quienes-somos/mision>

empresas turísticas. Para finalizar, es necesario enfatizar el desarrollo del turismo y la agricultura tradicional o con enfoque turístico debe ser en armonía con las prácticas de conservación del medioambiente a través de acciones específicas que impidan el deterioro progresivo de los recursos naturales del Municipio de Huizúcar.

b) 2do Componente: Contexto físico

El contexto físico comprende el ambiente del medio natural y del medio construido por el hombre. Cobra especial importancia la actuación del Gobierno Central y el Gobierno Municipal, por cuanto su función se centra, en primera instancia, en la conservación del medio ambiente natural reforzando su integridad de área protegida, proporcionando mecanismos de seguridad y control, y permitiendo desarrollar un marco jurídico y de acción adonde se tengan las reglas claras para el desarrollo de iniciativas de micro y pequeñas empresas turísticas.

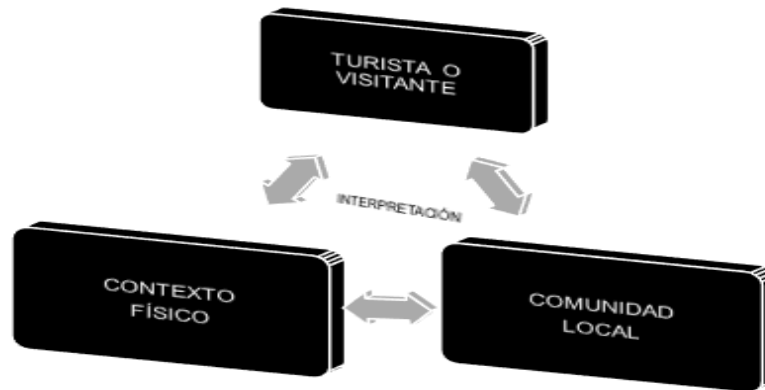
De igual manera, se orientan hacia la dotación de los servicios básicos indispensables para llevar a cabo la actividad turística. Unos servicios que no deben ser planificados sólo en función del turismo, por el contrario, serán dirigidos hacia la satisfacción de la población de Huizúcar convirtiendo esta actividad en propiciadora del desarrollo comunal.

c) 3er Componente: Turista o visitante

Este componente es el fin de la estructura turística, y de todo lo que se genera debe ser enfocado en satisfacer la estancia del turista o visitante a Huizúcar, de manera que se promocióne de "boca en boca" que es el medio más efectivo de promoción de un destino turístico en particular. El turista puede ser interno (compatriotas) o externo (extranjeros). Ambos casos deben ser prioritarios su atención adecuada.

La estructuración de la oferta turística en la zona implicará el aprovechamiento de sus recursos turísticos detectados para lograr una experiencia satisfactoria del turista, mediante la combinación acertada de los atractivos, productos, actividades, facilidades y servicios turísticos. Tanto la Comunidad Local como el Contexto Físico deben formar una mancuerna para garantizar la transmisión del significado de la cultura y atractivos turísticos presentes en Huizúcar hacia los turistas que visitan el Municipio.

FIGURA N° 4: ESQUEMA DE INTERPRETACIÓN ENTRE LOS COMPONENTES BÁSICOS INVOLUCRADOS EN EL DESARROLLO EMPRESARIAL TURÍSTICO EN HUIZÚCAR



FUENTE: Elaborado por grupo de tesis "Propuesta de fortalecimiento a las iniciativas de micro y pequeñas empresas con potencial turístico a través de un diagnóstico territorial en el Municipio de Huizúcar, Departamento de La Libertad"

4. MARCO TEÓRICO DEL DIAGNÓSTICO TERRITORIAL Y CLUSTER DE TURISMO

4.1 DEFINICIÓN DE DIAGNÓSTICO TERRITORIAL

Se entiende al diagnóstico territorial como la evaluación de un determinado territorio, tanto desde la perspectiva de los problemas existentes que se identifican y pretenden corregir como las potencialidades que se han de desarrollar.³³

El término diagnóstico se refiere a la identificación de una situación o problema en particular. Al igual que un doctor realiza un diagnóstico médico, se identifican los pro y los contras de un territorio específico.

El diagnóstico territorial consiste en la verificación de los diferentes aspectos relacionados al estudio de un tema de un lugar geográfico específico. Cabe mencionar que los diagnósticos deberán delimitarse a los factores relacionados al estudio ya que caso contrario podría resultar muy extenso.

³³ <http://www.hitourbano.cl/glosario/glosario-de-ordenamiento-territorial/>

4.2 IMPORTANCIA Y OBJETIVOS DE UN DIAGNÓSTICO TERRITORIAL

Precisamente la importancia de un diagnóstico territorial es el hecho de conocer de primera mano la situación de un territorio, en este caso la del Municipio de Huizúcar. Se analizan los factores relativos al estudio. Muchas veces se refiere al diagnóstico territorial como una “fotografía” de un territorio particular. Esa premisa explica en resumen y muy sencillamente el concepto.

En este sentido, el diagnóstico territorial busca tres objetivos específicos:

- Definir la situación actual del territorio en estudio y específicamente de la parte que nos interesa analizar.
- Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cualitativos y cuantitativos actualizados.
- Establecer propuestas para la aplicación de acciones y las estrategias de planificación que sean necesarias y funcionales.³⁴

4.3 COMPONENTES DE UN DIAGNÓSTICO TERRITORIAL

En materia de diagnóstico territorial, los componentes se pueden considerar los siguientes:

- a) Características socioeconómicas:** Refiriéndose en este sentido a las diferentes variables demográficas, geográficas, económicas, sociales y culturales.
- b) Contexto territorial:** Recoge los diferentes recursos propios que existen en un territorio. Podemos mencionar los recursos físicos, recursos naturales, recursos humanos, recursos de tipo organizacionales como asociaciones o cooperativas, entre otros a identificar y que aportan al desarrollo del territorio.
- c) Marco de apoyo institucional:** Se refiere a las estructuras de gobierno existentes que por Ley deben contribuir al desarrollo y administrar los recursos. En esta categoría caen el Gobierno Local (Alcaldía Municipal) y el Gobierno Central y sus distintos Ministerios relativos

³⁴ Molina, Sergio- “Conceptualización del Turismo”. Editorial Limusa, México, año 2000.

al tema en estudio. Otras instituciones como Asociaciones, Cooperativas u ONGs también deben ser identificadas.

- d) Análisis FODA:** Este análisis permitirá resumir los componentes antes expuestos en el Diagnóstico Territorial y facilitara la visualización de la realidad territorial. Se indican en un esquema definido, los aspectos favorables y desfavorables.³⁵

4.4 DEFINICIÓN DE CLUSTER

A principio de la década de los 90's el economista Michael Porter, pionero en el tema de clúster, lo define como "las concentraciones de empresas e instituciones interconectadas en un campo o industria particular para la competencia. El clúster es una herramienta para el análisis de aquellos factores que permiten a una industria específica incorporar nuevos eslabones en su cadena productiva, los factores que determinan el uso de nuevas tecnologías en sus procesos, y los factores determinantes de la generación de actividades de aglomeración."

Los clúster agrupan una amplia gama de industrias y otras entidades relacionadas que son importantes para competir. Incluyen por ejemplo a proveedores de insumos críticos – como componentes, maquinarias y servicios-, y a proveedores de infraestructura especializada. Cada frecuencia, también se extienden aguas abajo – hasta canales y clientes – y, lateralmente, hasta fabricantes de productos complementarios y empresas que operan en industrias relacionadas por sus habilidades, tecnologías e insumos comunes. Muchos clusters incluyen organismos gubernamentales y otras instituciones – universidades, agencias encargadas de fijar normas, centros de estudio proveedores de capacitación y asociaciones de comercio – que proveen entrenamiento, educación, información, investigación y apoyo técnico. Los clusters alimentan la competencia, la cooperación y el vínculo informal entre las empresas y las instituciones, representan una forma de organización sólida, que ofrece ventajas en términos de eficiencia, eficacia y flexibilidad.

Otro concepto planteado por Michael Porter es el "***Diamante de la competitividad***", según el cual el desarrollo económico de una región tiene que ver con la capacidad de la misma para generar conglomeraciones de empresas afines, en las que existen factores de producción altamente

³⁵ <http://tecnicoambientalenreciclaje.blogspot.com/2011/09/como-realizar-un-diagnostico.html>

desarrollados, sectores auxiliares capaces de proveer bienes y servicios de calidad, demanda local madura y exigente y, finalmente, una competencia regional intensa que impulse la innovación, fuente indispensable para alcanzar ventajas.³⁶

4.5 IMPORTANCIA Y OBJETIVO DE LOS CLUSTERS

La importancia de un clúster reside en hacer explícita la construcción de redes de cooperación y colaboración entre empresas de sectores aparentemente divergentes para promover el crecimiento económico de una región, en las industrias en que es naturalmente competitiva, resaltando la participación de todos los agentes relevantes del clúster, que van más allá de las cadenas productivas principales (empresas proveedores de servicios, academias, instituciones públicas, etc).

Por otra parte el clúster es un sistema al que pertenecen empresas y ramas industriales que establecen vínculos de interdependencia funcional para el desarrollo de sus procesos productivos y para la obtención de determinados productos. El objetivo del clúster es maximizar la competitividad y los éxitos empresariales aprovechando las oportunidades en las redes y cadenas de valor de los productos. Se parte de la idea que el éxito empresarial no depende únicamente de los esfuerzos propios, de las condiciones macro o de las leyes del mercado, sino también de la calidad del entorno donde se desarrolle.

4.6 CLUSTER ENFOCADO AL TURISMO

El clúster turístico como tal clúster sectorial no se diferencia sustancialmente del modelo genérico clúster, siguiendo similares principios en su desarrollo y configuración, si bien condicionados por la peculiar naturaleza del fenómeno turístico, dado que los consumidores del producto deben trasladarse al lugar de producción, es decir el área territorial donde se ubican las factorías turísticas y sus secuencias de proveedores que producen bienes y servicios destinados al consumo de los flujos "turísticos". Asimismo, el rol de los intermediarios, agentes que organizan, configuran y transfieren la experiencia turística es muy importante y diferenciador en relación a otros segmentos productivos, aunque la irrupción de Internet y los cambios sustanciales que ello conlleva estén alterando aceleradamente el status quo existente, puesto que posibilitan la "auto organización" de la experiencia turística por el propio consumidor.

³⁶ Libro: "Ventajas competitivas de las naciones", Michael Porter, 1ª edición, año 1990.

Al hablar de clúster turísticos, podemos mencionar su clasificación de la siguiente manera:

- Por servicios: como por ejemplo servicio de alojamiento, transporte, restauración, diversión,
- Por marco geográfico: comarcas, rutas, destinos, entre otros.
- Por temas: turismo cultural, turismo natural o ecológico, turismo de aventura, turismo gastronómico, etc.

4.7 CLUSTER TURÍSTICO Y SISTEMAS DE VALOR TERRITORIAL

Un concepto fundamental para poder entender la configuración y funcionalidad del clúster turístico es el denominado "sistema de valor territorial o regional del Turismo".

La cadena de valor del subsector turismo es una continuación de actividades económicas interrelacionadas entre sí y vinculadas al hecho turístico. En efecto, la presencia de flujos turísticos en el lugar permite el despliegue de toda una serie de actividades que desde una perspectiva de desarrollo económico deberían desarrollarse al interior del territorio, con objeto de retener y captar el mayor porcentaje posible de valor agregado. Si bien, dada la globalización de la producción y el comercio actualmente en marcha parece difícil que la totalidad del valor añadido generado por la producción turística pueda ser captado y retenido por el área territorial donde se lleva a cabo la producción turística.

De ahí que el concepto de cadena de valor territorial resulte central en la perspectiva cluster, puesto que ilustra suficientemente la capacidad del turismo de generar valor en el conjunto de la economía a través de los enlaces productivos del sector turístico con las industrias vinculadas al mismo (Gollub, Hosier, Woo, 2003). Con la profundización del desarrollo turístico nuevos bienes y servicios, junto a las empresas y empresarios que los producen, se van añadiendo a la serie de relaciones e interrelaciones que se derivan de la cadena de valor, ampliándose ésta a nuevos espacios. El desafío desde una perspectiva de desarrollo territorial es que tales producciones puedan ser desarrolladas in situ. Evidentemente más productos y servicios significan nuevos suministradores y proveedores empresariales, mayor masa crítica de actividad productiva y mayor valor, además de los aspectos relativos a la distribución: canales y redes, networks, etc. Todo ello puede traducirse en resultados tales como la consolidación de procesos de integración vertical de la

industria turística en el territorio y una progresiva mayor eficiencia de la industria turística local en términos de marketing, precios, provisión y prestación de servicios.³⁷

4.8 EJEMPLOS DE CLUSTERS TURÍSTICOS APLICADOS EN EL SALVADOR

La idea de un clúster en el municipio de Huizúcar se genera dado lo exitoso que ha resultado ser en otras zonas del país la creación de este tipo de encadenamiento de negocios al servicio del turista, dichas micro y pequeñas empresas son el principal motor para que el turismo de zonas rurales puedan desarrollarse y ser una realidad.

A través de las investigaciones realizadas, entrevistas y observación de los atractivos turísticos actuales, se puede inferir que la zona puede desarrollarse micro y pequeñas empresas turísticas que sean una alternativa de ingresos a los habitantes del Municipio de Huizúcar.

Partiendo de esta primicia se puede mencionar algunos ejemplos de clúster turísticos que hasta hace algunos años atrás solo eran teoría y que en la actualidad se encuentran funcionando y han sido un éxito y una pieza fundamental en el desarrollo de los municipios los cuales lo han puesto en marcha.

a) Clúster en Jayaque.

La zona de Jayaque su municipio y alrededores hasta hace algunos años no se visualizaban como un lugar de potenciales oportunidades debido a la falta de apoyo de empresas e instituciones y la falta de interés e ignorancia de sus pobladores que hasta hace algunos años desconocían del tema.

Los servicios turísticos a potenciar en el municipio de Jayaque fueron los relacionados a las actividades de la naturaleza, dado que Jayaque está cubierto en un 80% por los bosques cafetaleros, sus productos turísticos deberían relacionarse al tema del *turismo alternativo*, es decir, el turismo de aventura, ecoturismo y el turismo rural, esta es una tendencia a nivel mundial, el turista actual es un consumidor activo, autónomo y perfectamente diferenciado, lo que implica la necesidad de construir productos a la medida para públicos cada vez más segmentados y exigentes, asimismo es un turista más responsable más pendiente del respeto al entorno ambiental.

El sondeo realizado mostró que el turista que visita Jayaque busca dos aspectos principalmente, vincularse con la naturaleza y la oferta cultural que le pueda ofrecer el municipio.

³⁷<http://www.eumed.net/tesis/2007/fjcv/cluster%20Turistico.htm>

Sin embargo estos servicios no estaban claramente desarrollados, el concepto de naturaleza se utilizaba únicamente para desarrollar un turismo de servicios de alimentación. Para el caso del turismo cultural únicamente se manejaba como una actividad religiosa cultural en un período determinado del año.

Es importante también que se definiera *¿cuál es la ruta Tour del Café?*, ya que ninguno de los empresarios consultados supo describir y explicar de qué se trata la ruta, y además se constató que tampoco estaba definida la ruta en ninguno de los documentos existentes en el municipio.

No existía otro servicio turístico que hiciera más atractiva la visita al municipio, ni se enfocaron en un nicho específico para ello, a pesar de tener varias ventajas competitivas en relación con su competencia, tales como: a) *la distancia desde San Salvador* y sus alrededores, b) *los bosques de café* que su mayoría son fincas c) *la arquitectura antigua* que incluye más de 26 casas antiguas que están en los alrededores del pueblo y una de ellas declarada *patrimonio nacional* con más de 110 años de existencia y d) el *clima* como tema clave y básico para competir con otros municipios que enfatizaron este punto como medio estratégico para vender su producto.

Es por ello que el 24 de noviembre de 2010 se realiza por primera vez una prueba llamada "Tour Nocturno", actividad que se hizo para impulsar y ser un trampolín hacia la idea central que en aquellos momentos era "Jayaque Tour del Café" se hicieron muchas consultorías a las personas y asociaciones que en aquel entonces se tenían muchas expectativas acerca del proyecto.

Luego de realizar este tipo de pruebas que tuvieron un rotundo éxito se procedió a realizar un análisis FODA que permitiría visualizar la situación actual y daría la pauta para la formulación de las líneas estratégicas para la potenciación del servicio turístico en Jayaque.

Se procedió luego a verificar los tipos de turismo que posee el lugar y que tanto se ha visto evolucionado durante los últimos años destacándose la agricultura y específicamente la "producción y procesado del café". Por medio de los llamados "Tour Nocturnos" los cuales vienen operando en Jayaque desde el año 2009 se permitió que el visitante nacional conociera la localidad.

Los servicios turísticos han tenido una evolución importante ya que cada vez más actores del municipio se han ido involucrando en el proceso del desarrollo turístico del mismo y eso ha contribuido a aumentar la planta turística de la zona.

Los actores locales del municipio, autoridades, microempresarios y habitantes están íntimamente identificados con el desarrollo del destino como producto turístico, partiendo del hecho de su íntima personalización con los aspectos religiosos culturales del municipio y sobre todo el respeto al medio ambiente, están sumamente claros que el destino turístico puede apoyar el desarrollo de toda la comunidad en todos los ámbitos.

b) Cluster ruta turística de Las Flores.

Se le llama Ruta de Las Flores, esto es debido a que hay una época al año en la que diversidad de flores se aprecian en el camino que lleva por los pueblos que conforman la ruta. Una clase de ellas sobresale y es la flor de café, la cual se puede observar en los arbolitos a la orilla de la carretera. Se presentó en un inicio como una de las zonas de mayor atractivo turístico y aunque en algún momento determinado decayó, actualmente se encuentra como uno de los destinos turísticos más visitados respecto al turismo de aventura y de montaña

La Ruta de Las Flores obtuvo mayor auge por los años 2008-2009 se localiza en la sierra Apaneca-llamatepec, alcanza una altura máxima de 2,365.07 metros sobre el nivel del mar, por lo cual posee un clima fresco y agradable. Dicha ruta comprende cinco destinos llenos de tradición cultural, exquisitos platillos típicos en sus diferentes festivales gastronómicos y un estupendo atractivo natural con los más bellos paisajes a su alrededor, entre los destinos turísticos tenemos los siguientes pueblos:

- Nahuizalco
- Salcoatitán
- Juayua
- Apaneca
- Concepción de Ataco

CAPITULO II: "DIAGNÓSTICO DE LA SITUACION ACTUAL EN EL MUNICIPIO DE HUIZÚCAR RELACIONADAS AL DESARROLLO DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS TURÍSTICAS"

I. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

A. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar una investigación que proporcione la información necesaria para realizar un análisis general de la situación actual en el Municipio de Huizúcar con enfoque a la generación de MYPES turísticas y determinar los factores favorables y desfavorables sobre dichos esfuerzos de iniciativas empresariales.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1) Investigar y analizar los diferentes recursos existentes en el Municipio de Huizúcar y definir el impacto de estos recursos para con el sector turístico.
- 2) Determinar los factores e indicadores económicos, sociales y culturales se tienen en el Municipio de Huizúcar, y si estos podrían ser aprovechados para el desarrollo del turismo en la zona.
- 3) Identificar a las personas, instituciones y organismos relacionados a la creación de micro y pequeñas empresas turísticas en Huizúcar.

II. HIPÓTESIS

1. HIPÓTESIS GENERAL

El desarrollo de una investigación que proporcione la información para el análisis general de la situación actual del Municipio de Huizúcar con enfoque a la generación de MYPES turísticas contribuirá a establecer una serie de propuestas para incentivar la generación de iniciativas empresariales turísticas que se traduzcan en desarrollo para los habitantes del Municipio.

2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- El análisis de los diferentes recursos presentes que contribuyan al desarrollo del turismo en el Municipio de Huizúcar nos ayudará a definir propuestas realistas y factibles con el fin del incentivar la generación de MYPES turísticas.
- Una buena determinación y análisis de los factores e indicadores económicos, sociales y culturales que se presentan en el Municipio de Huizúcar contribuirá a establecer propuestas más factibles, viables y que se puedan alcanzar en un periodo de tiempo prudente.
- La identificación de personas, instituciones y organismos relacionadas a la creación de las micro y pequeñas empresas turísticas en Huizúcar permitirá establecer planes de acción fundamentales y funcionales para el desarrollo de las iniciativas empresariales turísticas en la zona.

3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Al haber determinado la Hipótesis general y las hipótesis específicas, se deben tomar en cuenta cuales son las variables que se relacionan en cada una de las hipótesis y los indicadores de estas, este detalle se presenta en los cuadros 1 y 2, junto con la respectiva interrelación y determinación de estas variables.

CUADRO N° 3: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES DE LA HIPOTESIS GENERAL

| HIPÓTESIS GENERAL | VARIABLES | INDICADORES |
|---|--|---|
| El desarrollo de una investigación que proporcione la información para el análisis general de la situación actual del Municipio de Huizúcar con enfoque a la generación de MYPES turísticas contribuirá a establecer una serie de propuestas para incentivar la generación de iniciativas empresariales turísticas que se traduzcan en desarrollo para los habitantes del Municipio | Independiente. Desarrollar una investigación que proporcione la información para el análisis general de la situación actual del Municipio de Huizúcar. | <ul style="list-style-type: none"> • Población interesada en desarrollar MYPES turísticas. • Cantidad de empresas de turismo establecidas. • Inventario de recursos disponibles en el Municipio de Huizúcar. • Instituciones de apoyo al tema |
| | Dependiente. Establecer una serie de propuestas para incentivar la generación de iniciativas turísticas. | <ul style="list-style-type: none"> • Número de empleos que genera el sector • Ingresos familiares • Turistas que visiten el lugar • Desarrollo local • Crecimiento Económico |

CUADRO N° 4: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES DE LAS HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

| HIPÓTESIS ESPECÍFICAS | VARIABLES | INDICADORES |
|--|---|--|
| 1- El análisis de los diferentes recursos presentes que contribuyan al desarrollo del turismo en el Municipio de Huizúcar nos ayudará a definir propuestas realistas y factibles con el fin del incentivar la generación de MYPES turísticas. | <p>Independiente. El análisis de los diferentes recursos presentes en Huizúcar</p> <p>Dependiente. Definir propuestas realistas y factibles para incentivar la generación de MYPES turísticas.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Inventario de recursos disponibles en Huizúcar. • Inventario de atractivos turísticos. • N° de iniciativas empresariales turísticas. • N° de empleos generados por el sector turismo. |
| 2- Una buena determinación y análisis de los factores e indicadores económicos, sociales y culturales que se presentan en el Municipio de Huizúcar contribuirá a establecer propuestas más factibles, viables y que se puedan alcanzar en un periodo de tiempo prudente. | <p>Independiente. Una buena determinación y análisis de los factores e indicadores presentes en Huizúcar</p> <p>Dependiente. Establecer propuestas más factibles y viables que se puedan alcanzar en un periodo de tiempo prudente.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Índices de Economía, Educación y Migración. • Niveles de Desempleo y Delincuencia. • Factores Culturales y Sociales. • Grado de Factibilidad y Viabilidad de los proyectos empresariales. • Censos y Evaluaciones del Desempeño Empresarial y Estado de Recursos Turísticos. |
| 3- La identificación de personas, instituciones y organismos relacionadas a la creación de las micro y pequeñas empresas turísticas en Huizúcar permitirá establecer planes de acción fundamentales y funcionales para el desarrollo de las iniciativas empresariales turísticas en la zona. | <p>Independiente. Identificar los sectores involucrados en la creación de MYPES turísticas en Huizúcar.</p> <p>Dependiente. Establecer planes de acciones fundamentales y funcionales.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • N° de Acosiciones Comunes en Huizúcar. • Niveles de Participación de la Población en el tema turístico. • ONGs y Instituciones de Estado • Funciones de los Participantes. • Planes de Acción • Establecer ejes de desarrollo. |

III. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

1. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

La investigación se pretende desarrollar en base al método científico, por el hecho que en el estudio realizado se detalla el planteamiento del problema, formulación, objetivos e hipótesis, de igual forma se incluyen procesos como recopilación, análisis y presentación de resultados de la investigación de tal forma que puedan arrojar resultados que ayuden a la toma de decisiones³⁸. Por lo tanto los métodos que pretenden desarrollar son los siguientes:

a) Método inductivo

Tomando en cuenta que el método de inducción obtiene conclusiones generales partiendo de casos particulares, es decir un método propositivo que permite la formulación de hipótesis a través de la observación de objetos específicos. Este permitirá analizar la realidad y determinar la situación actual para obtener una conclusión.

b) Método deductivo

Es conveniente para los propósitos de la investigación porque asegura que la conclusión a la que se pueda llegar viene dada a partir de las premisas generadas. Lo anterior con el propósito de agrupar los elementos particulares en relación al fomento de iniciativas de micro y pequeñas empresas turísticas en el Municipio de Huizúcar.

2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

El proceso investigativo que se pretende seguir será de tipo explorativo puesto que no se cuenta con un patrón guía para el desarrollo del mismo, que de hecho consideramos un tema novedoso y sin estudios de investigación anteriores. Este a su vez servirá para reconocer, ubicar y definir de manera clara el problema, fundamentar así las hipótesis planteadas, recopilar ideas que permitan afinar la metodología a seguir y formular el esquema investigativo, consecutivamente realizar un

³⁸ Sampieri, Roberto Hernandez- "Metodología de la Investigación- 4ta Edición". Editorial McGraw Hill. Año 2006.

estudio descriptivo que busque obtener una mejor visión del problema planteado conociendo las variables y componentes, posteriormente exponer en quienes se basaron para la recolección de datos y enunciando los lineamientos para la prueba de hipótesis.

3. TIPOS DE DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación que se pretende implementar es el No experimental puesto que el estudio que se realiza no manipula las variables es decir no se modifican las variables sino simplemente se trata de proponer la variable independiente.

Por tanto el diseño a utilizar en el desarrollo de la investigación se basa principalmente en la observación e investigación en cuanto a los factores internos y externos a la hora del fomento de las iniciativas empresariales del Municipio de Huizúcar.³⁹

4. FUENTES DE INFORMACIÓN

A continuación se incluyen las fuentes primarias y secundarias de información y que son de donde se capturan los datos del trabajo:

a) Fuentes primarias

Las fuentes primarias que se refieren a la información de primera mano:

- La Alcaldía Municipal de Huizúcar, quienes poseen la información de primera mano de las personas o asociaciones de personas interesadas en desarrollar micro y pequeñas empresas de índole turística en el Municipio. Además, poseen información sobre turismo que es valiosa y actualizada para facilitar la consecución de los objetivos trazados en el trabajo de investigación.
- Las personas que formen parte de interés en la temática de desarrollo de micro y pequeñas empresas turísticas y que se encuentren asociadas o vinculadas al tema. Concretamente se cuenta con el apoyo de 3 Asociaciones: Asociación de Desarrollo

³⁹ Sampieri, Roberto Hernandez- "Metodología de la Investigación- 4ta Edición". Editorial McGraw Hill. Año 2006.

Comunal Visión (ADESCOV), Asociación de Mujeres Huizucareñas (AMH) y la Asociación de Jóvenes “Renacimiento Cultural Huizucareño”. Las personas asociadas a estas organizaciones son el insumo principal para tener la información a analizar en el trabajo de investigación.

b) Fuentes secundarias

Basada en la información bibliográfica que se relaciona con la investigación ejemplo: Tesis, libros, revista, panfletos, periódicos e internet, así como también las siguientes instituciones:

- El Ministerio de Turismo (MITUR) y sus dependencias como el Instituto de Turismo (ISTU), La Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), La Policía de Turismo (POLITUR), de los cuales se obtendrá información como situación actual del turismo en el salvador, estadísticas, gestiones inversoras dentro del país etc.
- La Comisión Nacional de la Micro y pequeña empresa la cual proporcionara información acerca de los antecedentes de iniciativas empresariales en el municipio de Huizúcar del departamento de La Libertad.
- La Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC) de donde se pretende obtener estadísticas acerca de la micro y pequeña empresa en el municipio.
- Otras fuentes de información bibliográficas relacionadas al tema de investigación.

5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Constituye los mecanismos de recolección de información, además de analizar y transmitir los datos sobre los cuales se basará la información. Para tal efecto, los métodos y técnicas convenientes para la recolección de información son los que a continuación se describen.

a) Observación directa

Técnica que se centra básicamente en la observación del entorno de variables y factores relacionados al tema. Para el caso particular, se pretende observar el entorno general del Municipio de Huizúcar de tal manera que se obtenga la información de primera mano. Se

observara también las correlaciones que existen entre las organizaciones y las personas involucradas e interesadas al desarrollo de un cluster de turismo en Huizúcar, asimismo el rol que el Gobierno Central tiene en cuanto a apoyar este sector y los avances tangibles (visibles) que existen. El instrumento que se utiliza para el desarrollo de esta técnica de observación directa es el grupo de investigación en sí, ya que se visita el territorio para constatar los recursos disponibles en Huizúcar.

b) Encuesta.

Técnica que utiliza el cuestionario como instrumento de investigación para la recopilación de la información. La encuesta será una entrevista estructurada que se utilizara para obtener la opinión de una muestra seleccionada previamente de la población de interés. El cuestionario elaborado será dirigido hacia las personas interesadas en el desarrollo de iniciativas de MYPES turísticas en el Municipio de Huizúcar para conocer su nivel de conocimiento e interés del tema.

6. UNIDADES DE ANÁLISIS

Las unidades de análisis en el presente trabajo son precisamente los pobladores que forman parte de los esfuerzos de iniciativas empresariales turísticas en el Municipio de Huizúcar. Del mismo modo, se analizaran los recursos y factores propios de Huizúcar con el objetivo de determinar cuáles son las facultades y dificultades presentes en el territorio.

7. UNIVERSO Y MUESTRA

a) Universo

La investigación será limitada al municipio de Huizúcar departamento de La Libertad, y en cuanto al desarrollo de la investigación se considerará el Universo a los pobladores del Municipio de Huizúcar que cuenten con la característica principal de estar interesados o vinculados al desarrollo de micro y pequeñas empresas con potencial turístico.

Concretamente, se tiene el dato de un universo de 240 personas que se agrupan en las tres organizaciones mencionadas anteriormente como fuentes de información primaria y en las

comisiones formadas por la Alcaldía Municipal de Huizúcar. Según información del Señor Alcalde de Huzúcar, Moises Tamacas, se cuenta con un número significativo de personas involucradas al desarrollo del turismo. Esta población se clasifica como finita debido a que se tiene un dato real y tangible de las personas que son las unidades de análisis del estudio.

b) Muestra

Para calcular la muestra, esto depende en gran manera de la definición primeramente del universo en estudió y que arrojó una población finita en este caso. A diferencia de las poblaciones infinitas en las cuales se calcula la muestra mediante formulas matemáticas-estadísticas, en la presente investigación se utilizo el censo como cálculo de la muestra, ya que en el censo se utiliza la población total contemplada (que para el caso son de 240 personas) para analizar la información y procesarla adecuadamente. El beneficio de este muestreo es que ayudara a tener información exacta de todas las personas involucradas y/o interesadas en el desarrollo de micro y pequeñas empresas turísticas en el Municipio de Huizúcar.

IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL MUNICIPIO DE HUIZUCAR Y APLICADA A LAS INICIATIVAS DE MYPES TURÍSTICAS

1- ELEMENTOS DE ESTUDIO DEL DIAGNÓSTICO TERRITORIAL EN HUIZÚCAR

FIGURA N° 5: ELEMENTOS DE ESTUDIO EN EL DIAGNÓSTICO TERRITORIAL



FUENTE: Molina, Sergio- "Conceptualización del Turismo". Editorial Limusa, México, año 2000.

Ahora bien, la función de cada elemento en estudio reflejado, serían las siguientes:

a. Gobierno:

Es el subsistema que se encarga de regular y dirigir la actividad turística y está compuesto por las instituciones públicas, privadas y no gubernamentales que toman decisiones o de alguna manera incidirán en el desarrollo de la actividad empresarial turística del Municipio de Huizúcar. Involucra al gobierno central y sus dependencias vinculadas y al gobierno local como la Alcaldía del Municipio de Huizúcar.

b. Infraestructura:

Su función es sostener la producción, es decir, apoyar a la oferta de servicios y por eso es considerado un elemento del sistema. Se incluyen servicios básicos como agua potable, energía eléctrica, alcantarillado, internet, pero también servicios de salud y gasolineras. Aquí se identifican también los servicios de transporte, vías y terminales que permiten la llegada de la demanda y su traslado desde y hacia otros espacios turísticos.

c. Oferta de servicios:

Incluye a los servicios propiamente turísticos como la alimentación, alojamiento, esparcimiento, y otros y cuya función es facilitar y extender la estadía del visitante. También denominado Planta Turística. Es importante el análisis de esta parte ya que serán las iniciativas de MYPES turísticas precisamente las que oferten los servicios.

d. Demanda:

Su función es hacer uso de los espacios, servicios y atracciones turísticas y a la vez inyecta divisas en el destino y mantiene la dinámica del sistema. Es decir, los turistas potenciales del Municipio de Huizúcar.

e. Atractivos:

Se les considera como el origen del sistema turístico ya que territorialmente el sistema se genera alrededor de estos. Los atractivos pueden ser naturales o culturales y pueden ser

jerarquizados de acuerdo a su capacidad de generar una demanda o de acuerdo a su potencialidad de desarrollo.

f. Comunidad receptora:

La comunidad receptora puede ser caracterizada por su nivel de participación en la dirección del sistema y en ese caso formaría parte de la superestructura turística. También este subsistema se caracteriza por su intervención en la actividad turística a través de empleos directos, indirectos e inducidos. La Comunidad receptora involucra a todos los habitantes del Municipio de Huizúcar.

2- ANÁLISIS DE RECURSOS DISPONIBLES EN EL MUNICIPIO DE HUIZÚCAR EN FUNCIÓN DE LA GENERACIÓN DE MYPES TURISTICAS

A partir del estudio realizado con los diferentes instrumentos de investigación en el Municipio de Huizúcar, hemos podido determinar los diferentes recursos que existen en el lugar y serán considerados necesarios para la definición del curso a seguir para la generación de MYPES turísticas en el Municipio.

Estos recursos poseen características indispensables para poder ser tomados en cuenta tales como: disponibilidad, manejabilidad y funcionalidad.

Es necesario comprender la relevancia de estos recursos en función de la generación de MYPES turísticas en el Municipio de Huizúcar, ya que prácticamente son la base necesaria para la realización y perpetuidad de los proyectos de creación de MYPES turísticas que puedan surgir posteriormente. Otro dato importante es el hecho de separar el concepto de recursos disponibles, ya sea naturales o de cualquier índole, con el concepto de atractivos turísticos disponibles. El primero es mucho más amplio e incluso engloba al segundo.

A continuación, presentaremos y analizaremos cada uno de los recursos existentes y sus características propias que hemos encontrado en el Municipio de Huizúcar a partir del estudio y que son el soporte de los proyectos de creación de MYPES turísticas.

a) Análisis de recursos naturales en el Municipio de Huizúcar

Los recursos naturales son todos aquellos que forman parte de la naturaleza y la integran de manera completa. Dentro de estos recursos podemos mencionar la flora, la fauna, el clima, los recursos hídricos como ríos, lagos o lagunas y en general todo lo que el ambiente natural propio de una zona puede tener.

Son los principales recursos necesarios para el desarrollo del turismo, sobre todo del turismo ecológico o natural y el turismo de aventura. Asimismo, estos tienen la capacidad de ser explotados (de manera positiva) por el ser humano con el fin de desarrollar proyectos que deriven en atractivos turísticos.

Dentro de los diferentes recursos que se encuentran disponibles en el Municipio de Huizúcar, podemos decir con seguridad que los recursos naturales son los más tangibles y con mayor grado de potencialidad para ser utilizados en función de la generación de MYPEs turísticas.

El entorno de recursos naturales que encontramos en Huizúcar es sobre todo abundante en el sentido que más del 90% de su terreno es de tipo boscoso sub tropical, con abundante flora y diversidad de fauna. Sus principales recursos hídricos y a su vez atractivos turísticos son La Cascada La Pilona y El Salto de Tilapa. El hecho de poseer abundante flora propicia que el clima de Huizúcar sea fresco en las zonas boscosas y adecuado para el crecimiento de plantaciones de café, sobre todo en las afueras del Centro del Municipio.

Otro factor importante que pudimos observar es la existencia de paisajes con vistas panorámicas que se encuentran en la calle hacia el centro de Huizúcar. Estos paisajes son naturales y permiten detenerse y apreciar la naturaleza. Consideramos este tipo de recursos naturales son importantes en función de la creación de MYPEs turísticas ya que son atractivos hacia los turistas. Asimismo, la fauna es muy amplia. De hecho existen sobre la carretera muchos letreros que indican la presencia de animales silvestres como conejos, venados, cotuzas, topos, entre otros. Esto es muy importante ya que supone una ventaja implícita para desarrollar proyectos de restaurantes o granjas de animales.

Podemos decir que el Municipio de Huizúcar cuenta con la virtud de tener recursos naturales adecuados para el desarrollo de proyectos empresariales de índole turístico. La integración de dichos recursos naturales pueden facilitar la creación y perpetuidad de micro y pequeñas

empresas turísticas que puedan derivar en la mejora económica de los pobladores del Municipio. (Ver anexo 2, parte 1, pregunta 2).

b) Análisis de recursos físicos en el Municipio de Huizúcar

Podemos conceptualizar como recursos físicos a todas aquellas estructuras o construcciones que han sido diseñadas y ejecutadas por las personas, en este caso específicamente por las instituciones de gobierno ya sean estas locales o centrales.

Estos recursos pueden ser fácilmente identificados ya que constituyen la infraestructura que el Municipio de Huizúcar posee y que sus pobladores utilizan para facilitar el desarrollo de sus actividades cotidianas.

- **Red Vial y Calles**

Primero, podemos decir que a través de la observación directa en el Municipio, se cuenta con una red vial en excelente estado y que facilita el tránsito de vehículos automotores en ambos sentidos. Este es uno de los principales recursos que posee Huizúcar en función de la generación de MYPEs turísticas, ya que es indispensable tener a disposición una carretera y calles en buen estado para el desarrollo de cualquier actividad de negocio, sobre todo turística. Si bien, la accesibilidad al Municipio se realiza únicamente por esta carretera principal, es necesario mencionar que ya dentro del Centro del Municipio aun existen calles internas de carácter rural que según informó el Alcalde del Municipio de Huizúcar, se están realizando gestiones para poder pavimentarlas.

En función del turismo, pudimos identificar que los accesos a los principales atractivos turísticos de La Cascada La Pilona y El Salto de Tilapa son de tipo rustico y que los vehículos no pueden transitar hasta el destino. Esto dificulta en gran manera el desarrollo de MYPEs turísticas en la zona y detiene cualquier intención de microempresarios para implementar negocios de carácter turístico en estos destinos.

Otro factor importante a destacar es que la carretera principal que conduce al Municipio de Huizúcar se puede llegar por diferentes vías ya que conecta con la salida a Carretera al Puerto de La Libertad, con la salida a San Salvador y más recientemente con la calle que conduce

hacia Los Planes de Renderos. Lo que nos lleva a analizar que el Municipio de Huizúcar se encuentra en una posición geográfica privilegiada para atraer turistas de estas rutas conectadas entre sí. Está claro pensar que existe un valor agregado y una ventaja estratégica sumamente importante para que las propuestas de generación de MYPEs Turísticas puedan florecer de manera real y sean sostenibles. (Ver anexo 2, parte2, pregunta 3)

- **Servicios Básicos (Agua, Luz, Teléfono, Internet, Etc.)**

El Municipio de Huizúcar cuenta prácticamente con los servicios básicos necesarios para la subsistencia de sus habitantes, aunque no significa que esto baste para que el turismo pueda desarrollarse ya que aún faltan mejorar servicios básicos e implementar nuevos servicios que se adapten a las exigencias actuales.

Municipio en la zona urbana aunque existen algunos, sobre todo en las zonas de carácter rural, en las que aún se recurre al “agua de pozo” o “agua de río”. El servicio de aguas negras aún no está disponible por lo cual hace falta desarrollarlo conjuntamente la Alcaldía Municipal en coordinación con la Administración de Acueductos y Alcantarillados (ANDA) ya que la mayoría de casas cuenta con fosas sépticas para aplacar esta necesidad.

El servicio de electricidad si se encuentra disponible en las viviendas de todo el Municipio, y sin embargo pudimos notar la ausencia de postes de luz que iluminen la carretera principal. Esto se transforma en una asignatura pendiente y sumamente imprescindible para desarrollar las actividades turísticas, ya que una carretera sin iluminación es más propicia para los actos delictivos y genera desconfianza a los turistas, además de que para el transito de vehículos es mucho mejor tener vías con iluminación adecuada para evitar accidentes.

Además, existen servicios que para la subsistencia del turismo son imprescindibles como el caso del servicio telefónico, cable TV e Internet. En el mundo globalizado en que vivimos estos servicios vienen a formar parte de los servicios básicos para desarrollar empresas turísticas ya que permiten al turista estar en comunicación constante. Específicamente en el Municipio de Huizúcar, estos servicios se encuentran presentes pero de manera muy mínima ya que muchas veces las familias no cuentan con la facilidad económica para acceder a estos servicios y la ausencia de empresas afines al turismo hacen que la demanda sea muy poca. Las empresas comerciales encargadas de brindar estos servicios en el país no enfocan su atención en estos

sectores ya que su participación es poco significativa y además por la dificultad que la mayoría del terreno es de tipo rustico. (Ver anexo 2, parte2, pregunta 3).

- **Infraestructura Institucional**

En el Municipio de Huizúcar se cuenta con un buen aparato institucional que abarca los diferentes estructuras socioeconómicas. Dentro de estas infraestructuras podemos mencionar: Escuela Pública que cuenta con Bachillerato General, Escuela Católica, Escuela Parvularia, Guardería, Unidad de Salud, dos Iglesias Católicas, varias Iglesias Evangélicas, Juzgados de Paz, Casa de la Cultura, Alcaldía Municipal, Casa Comunal y Puesto de la Policía Nacional Civil.

Todas estas estructuras vienen a fortalecer el desarrollo del turismo y de las iniciativas de micro y pequeñas empresas turísticas de manera directa o indirecta. Según pudimos investigar, la Alcaldía Municipal brinda apoyo al mantenimiento de estas estructuras para que funcionen adecuadamente y el Gobierno Central aporta capital para que estas mismas subsistan y puedan operar adecuadamente, como es el caso del Puesto de la Policía Nacional Civil.

Para que el turismo tenga un desarrollo es necesario que se apoye de estas instituciones. Por ejemplo, es indispensable la existencia de seguridad a partir de puestos de la Policía Nacional Civil; Asimismo, la existencia de Escuelas tanto Públicas como Privadas, fortalece a la creación de iniciativas de micro y pequeñas empresas ya que se busca fundamentalmente que los propios habitantes del Municipio sean los beneficiados con un empleo dentro de estas empresas. Las Escuelas permitirán que estas personas tengan un nivel de escolaridad necesario para poder cumplir sus funciones dentro de estas empresas turísticas.

c) Análisis de recursos humanos en el Municipio de Huizúcar

Dentro de los recursos humanos podemos decir que se cuenta con diferentes organizaciones de personas que se encuentran interesadas en el desarrollo del turismo. Entre estos podemos mencionar la Asociación de Mujeres Huizucareñas (AMH), Asociación de Desarrollo Comunal Visión (ADESCOVI) y la Asociación de Jóvenes "Renacimiento Cultural Huizucareño". Todas estas asociaciones cuentan con el respaldo de la ONG llamada *ACUA*, que a su vez cuenta

con el respaldo de CONAMYPE para realización de actividades a favor del desarrollo de sus integrantes.

Estas asociaciones representan alrededor de 240 personas en su conjunto según entrevistas con los líderes de dichas organizaciones y los cuales se muestran muy receptivos a la hora de mostrarles las ideas de los proyectos que se puedan desarrollar dentro del municipio, al mismo tiempo el interés por capacitarse dentro de algún rubro para poder entonces emprender de alguna manera una micro o pequeña empresa turística.

Los recursos humanos dentro de la localidad son muchos pero es necesario que los habitantes de la zona sean capaces de optimizar de la mejor manera sus facultades y conocimientos para con ello poder plasmar sus ideas de negocio. Además, según los resultados que se registran de la encuesta realizada a las personas agremiadas a estas asociaciones, consideramos se debe fortalecer las capacitaciones en el tema de turismo y desarrollar planes en conjunto con el Gobierno Central y Alcaldía Municipal de Huizúcar para que las personas interesadas en emprender micro y pequeñas empresas turísticas puedan tener las herramientas necesarias para cumplir sus metas empresariales. (Ver anexo 2, parte 2, pregunta 5)

3. INTERPRETACIÓN DE INDICADORES SOCIOECONÓMICOS RELATIVOS AL TEMA DE TURISMO

La importancia de analizar los indicadores socioeconómicos en función del desarrollo de proyectos empresariales turísticos es que nos muestra el panorama real del Municipio de Huizúcar y cuales son "los pro" y "los contra" para que las iniciativas de micro y pequeñas empresas turísticas puedan realizarse y alcanzar sus metas. Estos indicadores socioeconómicos nos permitirán analizar el panorama completo del Municipio para finalmente desarrollar un diagnóstico territorial objetivo y funcional.

Estos indicadores son los principales argumentos en la toma de decisiones de los inversionistas, o en este caso, de las personas que consideren puedan emprender negocios de índole turístico.

Dentro del diagnóstico territorial, los indicadores socioeconómicos toman una mayor relevancia ya que nos permitirán ilustrarnos cual es la situación real del Municipio de Huizúcar y si estos mismos son adecuados en función del fortalecimiento de las iniciativas de MYPEs turísticas. Dentro de estos indicadores podemos mencionar: Índices de pobreza, niveles de educación, Índices de Violencia y

Delincuencia, Niveles de apoyo por medio de Remesas del extranjero, entre otros aspectos que a continuación analizaremos por separado. También, haremos mención del Índice de Competitividad Municipal (ICM) que posee Huizúcar y como este indicador aplica directamente el caso de generación de micro y pequeñas empresas turísticas.

a) Índices de pobreza

Tomando en cuenta la información que se refleja en el Capítulo 1 de este trabajo de investigación que nos indica que los registros específicos del Municipio de Huizúcar, la tasa de pobreza total es del 57% y se clasifica como moderada o intermedia según la escala de medición utilizada. De esto podemos analizar antes que nada, que a nivel general no existe una pobreza extrema en Huizúcar y lo cual faculta a sus pobladores a poder ser emprendedores de esfuerzos empresariales de tipo turístico siempre y cuando existan las oportunidades necesarias para desarrollar sus ideas a partir de acceso a créditos y capacitaciones.

Ahora bien, otro punto destacado es que los pobladores del Municipio de Huizúcar interesados en emprender micro y pequeñas empresas turísticas se encuentran muy bien organizados en diferentes agrupaciones sociales, y esto beneficia al desarrollo de dichas iniciativas partiendo del hecho que dichas organizaciones promueven el cooperativismo entre sus miembros independientemente de sus niveles de ingresos económicos y dichas organizaciones cuentan con respaldo jurídico, respaldo de ONGs e incluso respaldo de instituciones gubernamentales como CONAMYPE.

El Índice de Desarrollo Humano (por sus siglas IDH) del Municipio de Huizúcar es de 0,699 lo cual representa un margen por debajo de la media nacional. Este dato refleja los niveles de nivel de vida digno, vida saludable y educación. Si analizamos esta información, esto nos indica que los pobladores del Municipio de Huizúcar se encuentran fuera del rango de pobreza extrema comparado en otras zonas del país, aunque no significa que tengan el desarrollo de Municipios vecinos como Antigua Cuscatlan y La Libertad. El enfoque a mejorar estos niveles debe ser un potencial para que el turismo y específicamente las iniciativas de MYPEs turísticas sean una alternativa viable para mejorar las condiciones de vida de sus habitantes. (Ver anexo 2, parte1, pregunta 7).

b) Niveles de educación

Comparando la información mostrada en cuanto a los niveles de educación, lo que podemos analizar de estos indicadores es que existe una participación muy amplia en el aspecto educativo de parte de la población del Municipio de Huizúcar que demuestra el interés real en el desarrollo y superación de sus habitantes. La importancia de la educación dentro del turismo y las iniciativas de micro y pequeñas empresas turísticas radica en la disponibilidad de recurso humano que posean los conocimientos básicos y necesarios para emprender y/o trabajar en este tipo de empresas.

El capital humano es uno de los pilares fundamentales en cualquier tipo de empresa, ya sea esta una empresa Multinacional hasta una MYPE como es en el presente caso. El analfabetismo en el Municipio de Huizúcar es del 21.2%. Un dato alentador tomando en cuenta que la mayoría de este porcentaje ya son personas adultas mayores, y la tendencia de las nuevas generaciones es hacia la mejora en sus niveles de educación. De hecho, el promedio porcentual de cobertura en educación tomando en cuenta todos los niveles educativos existentes (básico, medio y tercer ciclo), es del 70.96%. La nota promedio de la PAES en el sector público 6.9. Es notable también el apoyo que existe desde las instituciones municipales y de gobierno central, que tienen como responsabilidad garantizar la educación de los habitantes.

La idea central del presente estudio es que las iniciativas de micro y pequeñas empresas turísticas sean un motor de desarrollo socioeconómico para el Municipio de Huizúcar y su población en general. Un motor que sea reflejado en la mejora de la calidad de vida de sus habitantes mediante ingresos generados mediante estas iniciativas alternativas, pero para obtener éxito en estas iniciativas se debe ampliar y mejorar los niveles educativos existentes e incluso, capacitar a las personas interesadas en el tema del turismo más allá del sistema tradicional educativo.

Capacitación en el idioma inglés como lengua global, capacitaciones en temas relativos a la atención al turista, entre otros más temas deberán ser tomados en cuenta para potencializar el turismo en el Municipio de Huizúcar y además esto sea un beneficio adicional en los conocimientos de las personas relacionadas a las iniciativas de MYPEs turísticas. (Ver anexo 2, parte 1, pregunta 3).

c) Índices de violencia y delincuencia

Antes que nada, debemos aceptar que la realidad en nuestro país es que existe un alto grado de violencia y delincuencia a nivel nacional sobre todo vinculado a pandillas y otros grupos ilícitos. Esta situación afecta el clima de negocios existentes, aleja la inversión de las personas que quieren generar empresas en el país y ocasiona muchos más problemas de tipo social. Esta situación afecta directamente el desarrollo de iniciativas de micro y pequeñas empresas turísticas.

Podemos analizar que el Municipio de Huizúcar posee una fortaleza clara en los niveles de seguridad que supone un punto importante en función del desarrollo de las iniciativas de micro y pequeñas empresas turísticas y el turismo en general. El turismo en general va de la mano con la seguridad y prácticamente es imposible atraer turistas hacia una zona donde no existen niveles adecuados de protección a los visitantes. Los esfuerzos deben ser encaminados a mejorar los niveles actuales para promover tanto la visitas de turistas que puedan sentirse tranquilos al visitar la zona y también que exista control de las autoridades para evitar aspectos delictivos hacia las mismas empresas turísticas de la zona.

Incluso el Gobierno Central conoce de esta importancia por lo cual a través del Ministerio de Turismo se creó POLITUR que viene a tener un rol directo y dinámico en la protección y seguridad del turista. Son esfuerzos importantes y que necesitan fortalecerse.

d) Niveles de migración y apoyo por remesas del extranjero

El Municipio de Huizúcar, en contraste con otros Municipio del país, presenta un porcentaje mucho menor de migración de sus habitantes hacia el extranjero. Sus habitantes mencionan que la poca migración de la zona se da hacia los Estados Unidos de América como destino principal y las razones de dicha migración es para buscar incrementar los ingresos y mejorar el nivel de vida.

Podemos analizar primero, que la mayoría de habitantes del Municipio de Huizúcar decide quedarse en su lugar de residencia en la zona y subsistir mediante los diferentes ingresos de actividades laborales; Segundo, que las personas que emigran hacia otro país lo hacen con el fin de apoyar a sus familiares que permanecen en el Municipio, aunque dichas remesas no representan un flujo de ingresos importante para la mayoría de familias de la zona. La opción de canalizar y reinvertir estos ingresos mediante generar iniciativas de MYPEs turísticas se ve minimizada ya que estos ingresos

vienen a alcanzar nada más para la subsistencia de las familias que perciben dichas remesas. (Ver anexo 2, parte 1, pregunta 8).

e) Análisis del Índice de Competitividad Municipal (ICM) de Huizúcar– Año 2011

Hay que destacar que la construcción de este ICM 2011 se llevo a cabo en un periodo de condiciones económicas adversas, el agravamiento de la recesión económica global y cambio político posterior a la elección alcaldes, aunque en el caso de Huizúcar se daba una continuidad del gobierno local. También, se destaca que el gobierno central ha implementado una política activa de descentralización dirigida a resaltar el papel de los gobiernos municipales en aspectos económicos y sociales claves para la vida nacional. Traduciendo el estudio del ICM hacia el Municipio de Huizúcar que estamos evaluando en el presente estudio, podemos verificar que los resultados globales del ICM del clima de negocios para dicho Municipio coloca a Huizúcar en un nivel promedio del listado global de los 100 Municipios evaluados.

Podemos analizar a partir de la información teórica recopilada que Huizúcar presenta condiciones favorables para el desarrollo de iniciativas de MYPES turísticas debido a que muestra sobre todo bajos costos de ingreso para implementar dichas iniciativas. Esto es de suma importancia tomando en consideración que las personas emprendedoras generalmente tendrían recursos económicos limitados y si la Alcaldía del Municipio posee esa apertura de costos y tasas municipales accesibles va a facilitar que mas personas puedan emprender su MYPE turística.

De manera contraria, se desataca el hecho de la baja calificación que existe en cuanto al tema de Proactividad, Servicios Municipales y Tiempo para cumplir con Regulaciones. De esto podemos analizar que en la Municipalidad de Huizúcar tienen pendiente el desarrollo de planes para incentivar la inversión de empresas en Huizúcar y la promoción del Municipio como destino turístico. También la deficiencia de Servicios Municipales obstaculiza cualquier intento de generación de iniciativas empresariales, no solo de MYPES turísticas, sino también de empresas de cualquier índole y además afecta la calidad de vida de sus habitantes.

El turismo se basa en la satisfacción del turista y el goce de su estadía, y por lo tanto se debe plantear cumplir con los servicios básicos para que las MYPES turísticas a implementar en Huizúcar puedan subsistir y crecer con el tiempo.

4. NIVELES DE FACTIBILIDAD Y VIABILIDAD DEL PROYECTO DE INICIATIVAS DE MYPES TURÍSTICAS EN EL MUNICIPIO DE HUIZÚCAR

El desarrollo de las iniciativas de micro y pequeñas empresas turísticas en el Municipio de Huizúcar dependerán del análisis situacional que enfrenta dicho Municipio. Por esta misma razón, debemos tener en cuenta que la idea es aportar alternativas alcanzables y sostenibles, que permitan decidir si el enfoque turístico puede dar frutos a nivel socioeconómico y si existen los recursos necesarios para esta finalidad.

Los niveles de factibilidad nos permitirán definir si los proyectos de emprendedurismo son técnicamente realizables, mientras que los niveles de viabilidad se enfocan en la sostenibilidad del proyecto a nivel económico. Nos permitimos aclarar esta parte ya que generalmente se pueden llegar a confundir los conceptos.

a) Niveles de factibilidad

Los niveles de factibilidad están estrechamente relacionados al diagnóstico territorial en sí, ya que podemos mencionar si técnicamente las iniciativas de las MYPES turísticas son posibles de realizar según las características propias de la zona en estudio. Existen tres ejes primordiales para el desarrollo de iniciativas de micro y pequeñas empresas turísticas en la zona. A continuación indicamos cuales son dichos ejes que según el diagnóstico territorial nos permite indicar la factibilidad del proyecto:

- **Atractivos turísticos:**

La mecánica del turismo es mediante la promoción de atractivos que capten la atención del turista y que le permitan disfrutar de su visita. Huizúcar cuenta con excelentes vistas panorámicas, zonas montañosas, fuentes, cascadas y demás atractivos que facilitan el desarrollo del turismo. Este es el primer eje, que es a nuestra forma de ver el principal recurso que nos hace pensar en la factibilidad del proyecto. La factibilidad del proyecto comienza en este punto ya que la funcionalidad del turismo deberá darse desde la perspectiva de dinamizar los recursos naturales presentes en el Municipio de Huizúcar y siempre manteniendo un respeto hacia el medio ambiente.

- **Infraestructura de servicios:**

Desde tener vías de acceso en óptimo estado hasta tener servicios adaptados a las nuevas eras como el internet inalámbrico, toda la infraestructura que da soporte al turismo debe ser indispensable en el desarrollo de las MYPEs turísticas en el Municipio de Huizúcar. Por supuesto, la principal tarea será el de tener cubiertos los servicios básicos primordiales pero proyectando superarse y adaptarse a las nuevas exigencias del turista en cuanto a las demandas requeridas en este sector.

- **Seguridad:**

La principal causa de éxito o fracaso del turismo será derivado del nivel de garantía de seguridad que el turista pueda tener al momento de su visita a lugares turísticos. Es absolutamente claro que la seguridad es un eje primordial dentro del planteamiento de los objetivos de las MYPEs turísticas. Se deben hacer esfuerzos desde las instituciones encargadas de desarrollar planes de protección al turista, protección a las empresas, protección a los recursos naturales y protección a la población en general. A pesar de que el tema de la seguridad podría ser incluida como parte de la infraestructura de servicios, preferimos darle un mayor grado de relevancia por su aporte al desarrollo turístico en general.

Podemos analizar que el fomento del turismo a través de iniciativas de micro y pequeñas empresas turísticas en el Municipio de Huizúcar si es factible, ya que se cuenta con los recursos técnicamente necesarios para el desarrollo del mismo. Aún así, dichos recursos deben mejorarse para que estas iniciativas cuenten con un potencial de sostenibilidad adecuado.

- **Promoción:**

Para desarrollar el turismo se debe dar como prioridad la promoción del turismo como eje principal y como estrategia de desarrollo. Las iniciativas de MYPES turísticas se necesitan promover y la mejor manera es la de la promoción de "boca en boca", es decir, la

recomendación que hacen los visitantes que llegan por primera vez a visitar el Municipio y por supuesto a consumir de lo que las MYPES turísticas ofrecen.

Es factible el desarrollo de estrategias publicitarias, como son vallas informativas en la carretera, brochures, información mediante pautas en radio, televisión y prensa. Además de otros medios como revistas o las ya populares redes sociales que tienen un gran impacto positivo para la atracción de turistas.

b) Niveles de viabilidad

La viabilidad se refiere a la capacidad de un proyecto para generar ingresos futuros y que sea sostenible en el tiempo. En este caso, las iniciativas de MYPES turísticas en el Municipio de Huizúcar deben ser planteadas de manera que dichos esfuerzos no sean fugaces y momentáneos, más bien, cumplan con las expectativas de crecer e impulsar a nuevas iniciativas y al desarrollo del turismo en general.

Existen factores importantes que influyen para que se plantee al Municipio de Huizúcar como un destino turístico nacional, y el principal es que existe el interés real de parte de los habitantes de Huizúcar en tener ingresos fijos a partir de las MYPES turísticas, aprovechando los amplios recursos naturales existentes y que no se han utilizado en función del turismo.

Por supuesto que la viabilidad de las iniciativas empresariales dependen de muchos factores interrelacionados y de la capacidad administrativa de los microempresarios, pero podemos analizar que la viabilidad de los proyectos de iniciativas de micro y pequeñas empresas con potencial turístico es posible siempre y cuando exista un adecuado encadenamiento, apoyo y control de los actores e instituciones involucradas en el turismo y de planes estratégicos e incluyentes con un enfoque en donde se sigan los mismos objetivos.

5. ALCANCES Y LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

a) ALCANCES

- Alto nivel de integración y participación de los pobladores interesados en el desarrollo de las MYPES turísticas.
- Guía y acompañamiento de los pobladores para la observación de recursos y destinos turísticos.
- Apoyo directo de CONAMYPE para el desarrollo del trabajo de investigación.

b) LIMITACIONES

- Bajos niveles de coordinación, comunicación y apoyo entre las asociaciones territoriales y la Alcaldía Municipal de Huizúcar.
- Falta de registros históricos sobre iniciativas de empresas turísticas en la zona.
- Dificil acceso a los principales atractivos turísticos del Municipio de Huizúcar.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

a) CONCLUSIONES

- Las iniciativas de MYPES turísticas en el Municipio de Huizúcar tienen un alto grado de posibilidad de desarrollo.
- El desarrollo de las MYPES turísticas en Huizúcar deben darse mediante la integración, aprovechamiento y mejora de los diferentes recursos que posee el Municipio.

b) RECOMENDACIONES

- Es necesario buscar sinergias entre los pobladores, Alcaldía Municipal, Gobierno Central, entidades y asociaciones existentes para que cada uno realice su aporte con el fin de consolidar a Huizúcar como un destino turístico y con desarrollo sostenible.
- Para que la propuesta de un Municipio turístico en Huizúcar llegue a ser una realidad, debe mejorarse la estructura de servicios básicos y demás servicios indispensables para desarrollar el turismo.

7. MATRIZ DE ANÁLISIS FODA

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Población interesada en la creación de micro y pequeñas empresas turísticas. • Redes viales en buen estado. • Cercanía y accesibilidad al área Metropolitana y a diferentes lugares de gran afluencia turística. • Abundancia de recursos naturales (flora, fauna, recursos hídricos, etc.) • Bajos índices de violencia y delincuencia en la zona. • Se cuenta con asociaciones de apoyo a la comunidad que facilitan la integración de programas inclusivos para desarrollar iniciativas de emprendedurismo. | <ul style="list-style-type: none"> • Falta de recursos económicos para llevar a cabo iniciativas micro empresariales turísticas. • Poco desarrollo y acceso de servicios básicos. • Falta de proactividad de parte de del gobierno municipal para el fomento del turismo. • Falta de sinergias entre las asociaciones y organizaciones sociales y alcaldía de la municipalidad. • Exclusión de las MYPES en la toma de decisiones relacionadas al turismo en CORSATUR. • Inexistencia de programas de promoción y publicidad integral de la localidad como destino turístico. |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| <ul style="list-style-type: none"> • Relaciones con organismos e instituciones de apoyo al desarrollo comunal. • Aprovechamiento de programas gubernamentales en función de las iniciativas de MYPES turísticas. • Iniciativas de programas de desarrollo y promoción turística, por parte del Gobierno Central. • Aprovechamiento del proyecto FOMILENIO II hacia la zona turística del departamento de La Libertad. • Apoyo al financiamiento de iniciativas de micro y pequeñas empresas. • Impulsar el desarrollo de las fincas de café existentes en el Municipio de Huizúcar. | <ul style="list-style-type: none"> • Migración de los habitantes del Municipio de Huizúcar por falta de acceso al empleo en la zona. • Incremento de pandillas en las zonas aledañas al Municipio de Huizúcar. • Impulso de grandes empresas competidoras que aprovechen los recursos anticipadamente y dejen de fuera las alternativas de MYPES. • Riesgo de daños a los recursos naturales existentes por desastres naturales fuera del control humano. • Estancamiento de proyectos turísticos debido a cambios políticos e ideológicos en los gobiernos municipales y central. |

CAPITULO III: “PROPUESTA DE FORTALECIMIENTO A LAS INICIATIVAS DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS CON POTENCIAL TURÍSTICO A TRAVES DE UN DIAGNÓSTICO TERRITORIAL EN EL MUNICIPIO DE HUIZÚCAR, DEPARTAMENTO DE LA LIBERTAD”

A. OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA

I. OBJETIVO GENERAL

Establecer líneas de acción y planes estratégicos como resultado de un diagnóstico territorial actualizado, que contribuyan a incentivar ideas de micro y pequeñas empresas enfocadas al fortalecimiento del sector turístico de manera integral, funcional y organizada.

II. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Establecer las funciones y acciones de los principales involucrados en el desarrollo de micro y pequeñas empresas turísticas, con el fin de apuntar los objetivos trazados en una sola dirección.
- Formular la propuesta como herramienta para ayudar a dinamizar la economía del Municipio de Huizúcar a través de la creación de las micro y pequeñas empresas con potencial turístico.
- Potencializar la abundancia de recursos y otra serie de diferentes ventajas comparativas que posee el Municipio de Huizúcar para incentivar el desarrollo de micro y pequeñas empresas turísticas.
- Promover el rescate y conservación de los recursos naturales del municipio de Huizúcar para potencializar el turismo y sus consecuentes iniciativas empresariales turísticas.
- Generar fuentes de ingresos diferentes a las tradicionales que existen en el Municipio de Huizúcar a través del encadenamiento de micro y pequeñas empresas turísticas.
- Formular estrategias “ganar-ganar” entre los micro y pequeños empresarios y el gobierno municipal de Huizúcar para que estas culminen en beneficio de los habitantes de la zona.

B. IMPORTANCIA DE LA PROPUESTA

La importancia de esta propuesta radica en que es una herramienta de acceso oportuno, que promueva más y mejores ideas para las personas y organizaciones interesadas en la generación de micro y pequeñas empresas turísticas en la zona de Huizúcar.

C. DEFINICIÓN DEL ENFOQUE Y COMPONENTES ESTRUCTURALES DE LA PROPUESTA DE GENERACIÓN DE INICIATIVAS DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS TURÍSTICAS

1. IDENTIFICACIÓN DE LOS PARTICIPANTES FUNCIONALES DE LA CREACIÓN DE MYPES TURÍSTICAS EN HUIZÚCAR Y SUS ROLES PARTICIPATIVOS

Lo que se pretende es dar una visión general de las personas u organizaciones involucradas en encauzar el tema turístico y la promoción de iniciativas empresariales aplicadas a este rubro, principalmente fomentadas por los mismos habitantes del Municipio. También es necesario identificar cuales son sus roles de participación según sea su ámbito de gestión (ONG, Entidad de Gobierno, Asociaciones de personas, etc.). Al ser esta una propuesta integral, abarcaremos a los actores y componentes que consideramos tengan un grado de relevancia en estos esfuerzos que significan la unión de voluntades que podrían garantizar el éxito y sostenibilidad del proyecto.

La idea de creación de un cluster de MYPEs turísticas debe ser sustentado mediante la participación de estos elementos del sistema. Las personas que habitan el Municipio de Huizúcar, las organizaciones sociales y las entidades de Gobierno Central y Municipal deben coordinar sus acciones de forma organizada y hacia la consecución de objetivos bien definidos.

Esta identificación es primordial para saber quiénes son las entidades u organizaciones que participan activamente en la dinamización del tema turismo y la potencialización de las micro y pequeñas empresas del ámbito turístico.

**CUADRO N° 5: ENTIDADES PARTICIPANTES EN EL DESARROLLO DEL SECTOR DE
MYPES TURÍSTICAS EN EL MUNICIPIO DE HUIZÚCAR Y SUS ROLES PARTICIPATIVOS**

| ORGANIZACIÓN/ ASOCIACIÓN | CATEGORIA | NIVEL DE PARTICIPACIÓN | ROL PRIMARIO | ROLES SECUNDARIOS |
|---|---|------------------------|---|---|
| CONAMYPE | ENTIDAD GUBERNAMENTAL (DEPENDENCIA DEL MINISTERIO DE ECONOMIA) | DIRECTA | Brindar asesoría y capacitación fundamental para la generación de micro y pequeñas empresas en el país. | Gestionar acercamientos en conjunto con el gobierno Municipal. Gestionar y facilitar el acceso de asociaciones municipales y/u organizaciones no gubernamentales para el acompañamiento de iniciativas microempresariales. |
| CORSATUR | ENTIDAD GUBERNAMENTAL (DEPENDENCIA DEL MINISTERIO DE TURISMO) | DIRECTA | Gestionar, Ejecutar y Promover planes de crecimiento y sostenibilidad del turismo en el territorio nacional | Gestión de propuestas de leyes que faculten el desarrollo de empresas turísticas. Concientización de la idea de turismo como una alternativa de crecimiento económico y social. |
| POLITUR | DEPENDENCIA GUBERNAMENTAL (EN CONJUNTO CON CORSATUR Y MITUR) | INDIRECTA | Brindar seguridad y asistencia al turista y a las empresas dedicadas al turismo en los municipios del país | Apoyo en roles de información de cultura turística |
| ALCALDIA MUNICIPAL DE HUIZÚCAR | GOBIERNO MUNICIPAL | DIRECTA | Desarrollar planes integrales municipales que integren al turismo como eje primordial y la facilitación del desarrollo de micro y pequeñas empresas turísticas a través de mantener y mejorar los servicios básicos en excelentes condiciones | Principal entidad interesada en promover al Municipio como destino turístico y facilitar la incorporación y creación de MYPES turísticas que surjan en beneficio de los habitantes de Huizúcar |
| BANCO DE FOMENTO AGROPECUARIO | ENTIDAD AUTONOMA GUBERNAMENTAL | INDIRECTA | Facilitar el acceso a créditos accesibles que promuevan la creación de micro y pequeñas empresas turísticas del Municipio de Huizúcar | |
| ACUA | ORGANIZACIÓN NO GUBERNAMENTAL | DIRECTA | Apoyo a la gestión alternativa de los territorios en el aprovechamiento equitativo de los recursos del medioambiente e hídricos para generar crecimiento social y económico | Ejecutar reuniones y acercamientos con las asociaciones existentes en el municipio de Huizúcar Ser un vínculo directo entre las organizaciones municipales y las organizaciones de gobierno (CONAMYPE) |
| ASOCIACIÓN DE MUJERES HUIZUCAREÑAS | ORGANIZACIÓN MUNICIPAL | DIRECTA | Facilitar la incorporación de las Mujeres del municipio de Huizúcar al desarrollo de iniciativas de MYPES turísticas como alternativa de ingresos | Gestionar reuniones informativas con las Mujeres asociadas e interesadas en iniciar microempresas del ámbito turístico |
| ASOCIACIÓN DE DESARROLLO COMUNAL - ADESCOVI | ORGANIZACIÓN MUNICIPAL | DIRECTA | Promover entre sus miembros la idea de iniciar micro y pequeñas empresas turísticas como alternativa de desarrollo comunal para sus habitantes | Gestionar reuniones participativas e informativas con sus miembros activos para dar a conocer los planes multilaterales y avances en el tema de creación de MYPES turísticas |
| ASOCIACIÓN DE JOVENES "RENACIMIENTO CULTURAL HUIZUCAREÑO" | ORGANIZACIÓN MUNICIPAL | DIRECTA | Incentivar la participación de los jóvenes en apoyo al desarrollo del sector de MYPES turísticas en el Municipio, viéndolas como posibles opciones laborales o convirtiéndose en emprendedores en sí. | Ser una asociación que promueva los valores y destrezas de los jóvenes para que se desarrollen sus aptitudes, conocimientos y destrezas para mejorar el sector turístico de Huizúcar |

FUENTE: Elaborado por grupo de tesis "Propuesta de fortalecimiento a las iniciativas de micro y pequeñas empresas con potencial turístico a través de un diagnóstico territorial en el Municipio de Huizúcar, Departamento de La Libertad"

2. APROVECHAMIENTO DE LA POTENCIALIDAD TURÍSTICA DEL MUNICIPIO DE HUIZÚCAR

La elaboración de esta propuesta integral busca el aprovechamiento de la potencialidad turística del Municipio como plataforma para el subsecuente desarrollo de iniciativas de micro y pequeños empresarios que puedan crear un cluster sostenible del turismo. El turismo se debe focalizar en las áreas que puedan ser adecuadas para su funcionalidad y sostenibilidad. En este aspecto, Huizúcar cuenta con abundantes recursos y factores que fortalecerán la actividad turística siempre y cuando sean canalizados adecuadamente y estén respaldados por políticas y planes enfocados al fortalecimiento y apoyo de las MYPEs turísticas.

Lo que se debe aprovechar son las variables que hacen del Municipio de Huizúcar un lugar donde el turismo pueda tener mayor grado de relevancia y prosperidad

La ubicación geográfica privilegiada, el clima, la amplitud de recursos naturales, el acceso inmediato mediante las redes viales existentes, entre otros aspectos fundamentales son los que consideramos hacen de Huizúcar un lugar con alta probabilidad de éxito en lo que respecta al turismo. El éxito de las iniciativas empresariales, sobre todo las de MYPEs, van más relacionadas a la administración de la empresas y al ambiente empresarial que puedan regirse sobre el marco legal y marco de acción conjuntos y que se vuelve más probable con el encadenamiento de negocios basados en la premisa de que "la unión hace la fuerza".

Es imperativo que primero, los habitantes respalden los proyectos relacionados al turismo y a la generación de empresas promotoras del turismo; Segundo, es igual de importante el apoyo directo de las entidades de apoyo (Gobierno Central y Municipal, ONGs, Asociaciones locales, etc.) que promuevan el desarrollo de las micro y pequeñas empresas con potencial turístico a través de proyectos, gestiones y planes que aborden al turismo como una alternativa de desarrollo socioeconómico a largo plazo y no como una medida transitoria o de corto alcance. Esta mancuerna será el engranaje que mueva el turismo a un mejor nivel en el Municipio de Huizúcar.

FIGURA N° 6: ENTORNO DE VARIABLES FAVORABLES DE SOPORTE AL TURISMO EN HUIZÚCAR



FUENTE: Elaborado por grupo de tesis "Propuesta de fortalecimiento a las iniciativas de micro y pequeñas empresas con potencial turístico a través de un diagnóstico territorial en el Municipio de Huizúcar, Departamento de La Libertad"

3. INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN EL MUNICIPIO DE HUIZÚCAR

La elaboración de una propuesta de generación de iniciativas de MYPEs turísticas debe estar sustentada principalmente en los atractivos turísticos que el municipio de Huizúcar posee y puede potencializar. Por tanto, es necesario identificar un inventario de los principales atractivos turísticos, en sus diferentes categorías y componentes, sobre la cual se apoya la actividad turística y de las empresas dedicadas a este rubro en particular.

Tenemos claro que Huizúcar tiene atractivos turísticos que se podrían sustentar de otros factores positivos, pero los cuales no han sido explotados adecuadamente por diversas razones. Los atractivos naturales son los que más predominan debido a su territorio montañoso, clima agradable, biodiversidad y sus recursos hídricos. Es de suma importancia identificar estos atractivos y categorizarlos para tener el conocimiento de lo que se "tiene" y poder proponer lo que se "puede" hacer con dichos atractivos.

En el diagnóstico territorial se identificaron los atractivos turísticos del Municipio de Huizúcar. Lo que se busca acá es definirlos en categorías y relevancia, con el fin de estructurarlos adecuadamente en función de la propuesta que se está trabajando.

Según la investigación de campo, se puede definir los atractivos enumerados anteriormente como los principales puntos a potencializar. Es muy importante mencionar que la mayoría son recursos naturales de los cuales Huizúcar cuenta con abundancia y que la principal tarea será la de invertir en lo relacionado a infraestructura y sostenibilidad de ellos hacia un enfoque turístico.

CUADRO N° 6: INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS EXISTENTES EN HUIZÚCAR Y SU POTENCIALIDAD TURÍSTICA

| CATEGORIA | TIPO | SUB-TIPO | ATRACTIVO TURISTICO | GRADO DE POTENCIALIDAD TURISTICA |
|-----------------------------------|----------------------------|--------------------------|---|----------------------------------|
| Sitios Naturales y Medio Ambiente | Cascadas, Rios y quebradas | | Salto de La Tilapa | Alto |
| | | | Balneario Las Cascadas | Alto |
| | | | Cascada La Pilona | Alto |
| | Montañas y Bosques | | Terrenos rusticos y paisajes con vista panoramica | Alto |
| | Biodiversidad | Flora y fauna silvestre | Presencia de abundante vegetación tropical y fauna exclusiva | Alto |
| Folklore | Artesania y Arte | Artes | Artesanias elaboradas con bambú | Bajo- Moderado |
| | | | Dibujo y Pintura | Bajo |
| | Arquitectura Colonial | Expresiones Religiosas | Iglesia Colonial de Huizúcar (data del siglo XVIII) | Moderado- Alto |
| | Gastronomía | | Ferias Gastronómicas | Moderado- Alto |
| Comercio | Agroindustria | Explotación agropecuaria | Beneficio de Café | Alto |
| Acontecimientos Programados | Fiestas religiosas | | Fiestas patronales del Municipio de Huizúcar en honor a San Miguel Arcangel | Moderado- Alto |

FUENTE: Elaborado por grupo de tesis "Propuesta de fortalecimiento a las iniciativas de micro y pequeñas empresas con potencial turístico a través de un diagnóstico territorial en el Municipio de Huizúcar, Departamento de La Libertad"

D. EJES PRINCIPALES DE LA PROPUESTA

Los ejes principales de esta propuesta de fortalecimiento de las iniciativas de micro y pequeñas empresas con potencial turístico en Huizúcar son los cimientos de todo el sistema turístico, es decir, a partir de estos deben de transcurrir las acciones y planes encaminados al desarrollo de un cluster turístico en la zona.

Es muy importante definirlos y trabajar en ellos de manera que las acciones y planes encaminados al desarrollo de las iniciativas empresariales turísticas tengan un soporte solido y conlleve esto a un mayor grado de probabilidad de éxito y sostenibilidad.

Son 4 los ejes principales que hemos considerado necesarios implementar y desarrollar para que sean las bases del desarrollo turístico del Municipio de Huizúcar:

CUADRO N° 7: DESCRIPCIÓN GENERAL DE LOS EJES PRINCIPALES DE LA PROPUESTA

| <i>EJE PRINCIPAL</i> | <i>DESCRIPCIÓN</i> | <i>EJECUTORES</i> |
|---|---|---|
| ATRACTIVOS TURISTICOS | Potencializar los atractivos turísticos con la finalidad de captar la atención del turista que permita el desarrollo del turismo. Los atractivos turísticos en sí son la razón de ser del turismo, por tanto, es necesario implementar acciones encaminadas a mejorar sus condiciones y mejorar la infraestructura básica de los mismos. | Ministerio de Turismo Alcaldía Municipal de Huizúcar Comunidad local |
| INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS TURISTICOS | Base primordial del sistema turístico ya que envuelve desde tener vías de comunicación adecuadas, hostales, restaurantes, transporte, internet inalámbrico, entre otras muchas más. La idea primordial es cubrir todas las necesidades del turista, desde las básicas y elementales hasta los servicios tecnológicos que hoy en día son indispensables sobre todo para la comunicación de los visitantes. | Empresas turísticas Alcaldía Municipal de Huizúcar Corsatur/ Politur |
| SEGURIDAD | La seguridad es un eje primordial porque representa un factor totalmente necesario para que el turismo evolucione, tanto la seguridad al turista como la seguridad a las iniciativas empresariales turísticas. La seguridad se transforma en un eje primordial debido a que es la que garantiza al visitante que tanto su integridad física como sus pertenencias estarán resguardadas y protegidas. | Corsatur/ Politur Alcaldía Municipal de Huizúcar Policía Nacional Civil |
| PROMOCIÓN | Los proyectos de iniciativas empresariales turísticas deben ser respaldados por una sólida campaña de promoción que involucre a los participantes. Se refiere a que todas las estructuras e infraestructuras pueden tenerse adecuadas, pero no hay ninguna garantía de éxitos si estos servicios y productos turísticos no se promueven hacia el consumidor final que son los turistas o visitantes. | Ministerio de Turismo Corsatur/ Politur Alcaldía Municipal de Huizúcar Empresas turísticas |

FUENTE: Elaborado por grupo de tesis “Propuesta de fortalecimiento a las iniciativas de micro y pequeñas empresas con potencial turístico a través de un diagnóstico territorial en el Municipio de Huizúcar, Departamento de La Libertad”

E. FORMULACIÓN DE LA PROPUESTA: PRODUCTO TURÍSTICO Y PLANES DE ACCIÓN A IMPLEMENTAR

1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO ADECUADO A LAS CONDICIONES DEL MUNICIPIO DE HUIZÚCAR

Antes que nada, se debe asumir que la Planta turística es inexistente en el Municipio de Huizúcar, o al menos, la que se refiere a empresas dedicadas específicamente al turismo como tal. Los esfuerzos en conjunto que se han dado entre la población de Huizúcar, Alcaldía Municipal y entidades gubernamentales promotoras del turismo se limitan a ferias o exposiciones culturales que no vienen a definir una planta turística que sea sostenible y que implique rasgos mas detallados, y que permita que el turismo sea algo más que esfuerzos fugaces o superficialidades.

Por supuesto, con esto no estamos desmereciendo dichos esfuerzos ya que ello viene a marcar un precedente de promoción y realce de Huizúcar como destino turístico, pero consideramos que más importante aún es que se deben crear las condiciones necesarias y las estructuras e infraestructuras adecuadas para hacer del turismo un eje fundamental del que se beneficien todos los actores involucrados y que se sienten las bases para canalizar acciones en conjunto que busquen definir al turismo (y a sus empresas) como motor de desarrollo en Huizúcar.

La definición del producto turístico facilitara y servirá de guía para el encadenamiento de micro y pequeñas empresas turísticas en la zona y fortalecerá el ambiente económico y social que se maneja actualmente en el Municipio de Huizúcar.

Por tanto, consideramos a bien que el enfoque del producto turístico se realice en tres aspectos esenciales, los cuales presentamos a continuación con su respectivo análisis:

a) Turismo de Montaña o Turismo Ecológico:

Tanto la investigación de campo como el diagnóstico territorial, nos indica que el municipio de Huizúcar es un área con recursos naturales amplios que facilitan establecer empresas turísticas que permitan explorar estos recursos de manera que pueda ser satisfactorio para el visitante. Al poseer virtudes como amplios terrenos, flora y fauna abundante, ríos y quebradas no contaminados, esto combinado con la posición geográfica privilegiada cercana a la capital y al Puerto de La Libertad que es el mayor destino turístico del país, podemos proponer un turismo de montaña que abarque diferentes servicios, productos y actividades relacionadas al

ecoturismo, siempre en armonía con el concepto de promoción y preservación de los recursos naturales que existen en la zona.

Algunos ejemplos de iniciativas turísticas relativas al ecoturismo o turismo de montaña destacan:

i. *Canopy tours:*

Donde se pueden realizar una serie de recorridos sobre una cuerda de acero que se suspende entre árboles o torres y que brinda un espíritu de libertad y adrenalina a los turistas; A su vez, permite el contacto directo de los visitantes con la naturaleza y ecosistema del cual abunda en el Municipio de Huizúcar. Este tipo de iniciativas es altamente comercializable y factible debido a las condiciones apropiadas que presenta el terreno, aunque requiere de personal especializado e insumos de seguridad correctos.

ii. *Caminatas con guías especiales hacia Cascadas:*

Su principal función sería de promover el descubrimiento de los atractivos naturales del Municipio. Se considera turismo de aventura ya que las caminatas permiten la apreciación de la fauna y flora, y también ponen a prueba la condición física de los turistas que desean descubrir nuevos destinos. Es un tipo de iniciativa que representa bajos costos de operación y que permite un bajo precio para los turistas, lo que lo hace rentable. Es importante acá aprovechar el conocimiento de la zona de los jóvenes y a su vez promover el aprendizaje del idioma inglés para que den un mejor servicio y comunicación a los visitantes extranjeros.

iii. *Establecimiento de Mini Zoológicos:*

Aprovechando la abundante fauna que existe en Huizúcar, se pueden establecer Mini Zoológicos que permitan a los habitantes promover el acercamiento de los turistas con las especies. Se propone que esto sea muy estudiado ya que se debe hacer en base al Marco legal de Protección de la vida silvestre y garantizando la sostenibilidad del medio ambiente.

iv. *Empresas Tour Operadoras:*

Estas iniciativas son muy reconocidas para potenciar el turismo y representa el vínculo principal de los turistas con las demás empresas de servicios turísticos. Su labor es promover como

destino turístico el Municipio de Huizúcar y dar servicios logísticos de transporte y conexiones con otras empresas. Se puede considerar que esta clase de micro o pequeñas empresas son una piedra angular para el desarrollo del cluster turístico y por eso es importante la creación de iniciativas empresariales de este tipo, por ser el enganche principal para que el turista pueda tener información de la opción turística que se está ofreciendo desde el Municipio de Huizúcar.

b) Establecimientos de restaurantes, cafés y hostales:

Al ser Huizúcar un municipio tradicionalmente enfocado a la agricultura con fines de consumo, se puede canalizar la agricultura con fines de comercio que se puedan proveer a las posibles empresas turísticas que ocupen los alimentos para venta en los respectivos hostales, restaurantes y cafés a los turistas. Los cultivos de café que existen en la zona y que luego son almacenados por el Beneficio de café ubicado en Huizúcar, podría ser ocupado como producto esencial en los restaurantes y cafés para el consumo de los turistas y visitantes. Esto probablemente pueda significar mejores ganancias para los cultivadores de café debido a que podría haber una demanda constante de este fruto que es altamente comercializable, sobre todo en los cafetines o "cafés" del cual derivan su nombre a este delicioso producto. Algunos ejemplos de propuestas para iniciativas empresariales sobre este tema están:

i. *Hostales y apartamentos turísticos:*

Este tipo de empresas facilitan la estadía de los turistas en caso ellos deseen pasar una o más noches en el Municipio de Huizúcar. Debido a que su ejecución puede ser más compleja, recomendamos hacer un estudio de factibilidad más amplio sobre la rentabilidad que puedan dar estas empresas o ejecutarlos según sea la demanda que exista.

ii. *Restaurantes y Cafés (promoviendo el café de la zona):*

Si hay algún tipo de iniciativas empresariales que pudieran tener mayor futuro en el Municipio de Huizúcar, esas son las relativas a los restaurantes, cafés u otros establecimientos de comida. Estas se deben hacer en lugares estratégicos, que a su vez permitan disfrutar de un buen clima, paisajes y vistas espectaculares del Municipio. El turismo se encuentra estrechamente relacionado a la gastronomía, por tanto, debe ser aprovechada por los habitantes para iniciar sus negocios que ofrezcan estos servicios para el goce del visitante y que sobre todo, permita

que el mismo visitante disponga regresar y promover “de boca en boca” a Huizúcar como destino turístico.

iii. Establecimiento de “Pupusodromos” o zonas exclusivas de venta de platillos típicos:

Consideramos que se pueden establecer pequeños negocios de comida típica tales como pupusas, yuca, tamales y demás platillos. La estrategia que pensamos podría funcionar consiste en ubicar estos negocios justo en la entrada del Municipio de Huizúcar, es decir, desde donde la entrada del Municipio conecta con la carretera que viene de San Salvador y Nuevo Cuscatlán. La razón es para captar la atención de los automovilistas que circulan por esa carretera y que finalmente puedan decantarse en visitar el Municipio y ser ejecutores de promoción del Municipio como destino turístico, resaltando estos negocios de comida típica. Ejemplos exitosos que han implementado esta modalidad como el Municipio de Olocuilta o incluso el vecino Municipio de Antigua Cuscatlán, nos hacen pensar que es una alternativa factible para el Municipio de Huizúcar siempre y cuando existan la unión de esfuerzos de los emprendedores y autoridades para desarrollar este tipo de iniciativas.

c) Turismo Cultural:

Adicionalmente a los predominantes recursos naturales, Huizúcar cuenta con aspectos de índole cultural como es el caso de la Iglesia Colonial que data desde hace más de 200 años. De hecho, ha sido un punto a destacar en los tours que promociona Politur y la Alcaldía de Huizúcar, debido a que su belleza y realce histórico llaman la atención de los visitantes. Además, podría promoverse eventos y recorridos de la ciudad donde se pueden establecer pequeños negocios que comercialicen artesanías propias del Municipio. Dentro de las alternativas de iniciativas empresariales que pueden destacarse en el turismo cultural, podemos encontrar:

i. Visita a Iglesia Colonial y recorridos al pueblo:

Podrían generarse empresas que promuevan los servicios de recorridos a estos atractivos turísticos, siempre acompañados de guías que faciliten la información e historia de costumbres, tradiciones y datos propios de la Iglesia Colonial y del pueblo en general. Estas micro empresas podrían ser incluso las mismas que promuevan las visitas a las cascadas y demás sitios

turísticos del Municipio, y deberán estar asociadas con los Tour operadores que promuevan este tipo de servicios turísticos.

ii. *Negocios de venta de artesanías:*

Tal como se menciona anteriormente, existen esfuerzos de parte de los habitantes de Huizúcar en desarrollar artesanías a partir de productos a base de vara de bambú y demás artesanías típicas de la zona. Es importante desarrollar talleres que permitan capacitarse a los pobladores y así puedan comercializar sus productos a los visitantes del Municipio. Como propuesta, consideramos pudiesen darse ferias de venta de artesanías que se puedan ubicar en el parque de la Municipalidad o en lugares estratégicos a la vista del turista. Incluso se pudieran establecer viviendas en las cuales se dediquen exclusivamente a este negocio, tal y como se maneja en otros pueblos turísticos del país.

2. PLAN DE ACCIÓN FUNDAMENTAL PARA EL DESARROLLO DE LAS MYPES TURISTICAS EN HUIZÚCAR

La principal tarea de los involucrados en el desarrollo del turismo y del crecimiento de las iniciativas empresariales turísticas en el Municipio de Huizúcar es diseñar un plan integral de acción que involucre a todos los integrantes, que sea adecuado a la realidad del Municipio y que pueda ser aplicado en un plazo considerable.

Las acciones que se deben realizar son fundamentales para alcanzar el éxito de la estructura turística en el Municipio de Huizúcar y para de alguna manera ver un horizonte más positivo en la sostenibilidad de las micro y pequeñas empresas con potencial turístico en la zona.

La definición de las acciones nos permitirán tener una luz en el camino para saber cuales deberán ser lo que los involucrados en el sistema turístico y en la consecución de la planta turística deben hacer con el fin de acercarse al cumplimiento de los objetivos, tomando en cuenta que el aporte de cada participante es esencial y se conjuga con las demás acciones de los otros participantes involucrados. Además, como los planes tienden a ser modificados en la marcha, es necesario también que se considere y entienda la posibilidad de adaptarse a ciertos cambios con el fin de alcanzar los objetivos de desarrollo turístico trazados.

Esta parte es trascendental de completar, ya que lo más difícil es saber que se debe hacer y que se espera de cada participante realice como mínimo en función del desarrollo de las iniciativas de

micro y pequeñas empresas turísticas. Considerando esta percepción, integramos un plan de acción básico en el siguiente cuadro resumen:

CUADRO N° 8: PLAN DE ACCIÓN GENERAL PARA EL DESARROLLO DE LAS INICIATIVAS EMPRESARIALES TURÍSTICAS EN EL MUNICIPIO DE HUIZÚCAR

| <i>ENTIDAD INVOLUCRADA</i> | <i>ACCIÓN PRINCIPAL</i> | <i>ACCIONES COMPLEMENTARIAS</i> | <i>OBJETIVOS A CUMPLIR</i> |
|--------------------------------|---|--|--|
| CONAMYPE | Facilitar capacitaciones, asesorías formativas y actualizaciones relativas al emprendedurismo a las personas que desean iniciar micro o pequeñas empresas turísticas en el Municipio de Huizúcar, y así promover el desarrollo económico y social de la zona. | Generar esfuerzos conjuntos con las organizaciones sociales, gubernamentales y la Alcaldía Municipal para promover y facilitar una cultura de emprendedurismo entre los habitantes de Huizúcar como opción de ingresos económicos. | * Promover la formación de iniciativas microempresariales que mejoren la calidad de vida de los habitantes de Huizúcar. |
| | | Realizar estudios de factibilidad que promuevan el desarrollo de iniciativas microempresariales como motor de desarrollo económico y social. | * Desarrollar el turismo a través de las iniciativas empresariales de micro y pequeñas empresas. |
| CORSATUR | Implementar propuestas de ley que promuevan el desarrollo del turismo rural y que permitan el desarrollo sostenible de las comunidades locales de Huizúcar. | Crear sinergias entre los actores principales que promueven el turismo en el Municipio de Huizúcar | * Fortalecer el desarrollo del turismo en la zona de Huizúcar y promover mayores y mejores destinos turísticos en el territorio nacional. |
| | | Canalizar y fortalecer los recursos enfocados al turismo rural y al fomento de Mypes turísticas en Huizúcar. | |
| POLITUR | Efectuar diferentes planes de combate a la delincuencia y desarrollar controles y servicios enfocados al desarrollo del turismo integral en el Municipio de Huizúcar. | Ejecutar planes de seguridad efectivos en las rutas y atractivos turísticos del municipio de Huizúcar. | * Garantizar la seguridad de los visitantes, de las empresas turísticas y de la población en general de Huizúcar y que sea la seguridad un factor de relevancia primordial para el desarrollo del turismo en Huizúcar. |
| | | Dotar de capacitación a los policías de turismo para que puedan tener conocimiento turístico, además de cumplir sus principales funciones de seguridad. | |
| ALCALDIA MUNICIPAL DE HUIZÚCAR | Mejorar las condiciones y servicios básicos necesarios para la implementación del turismo en la zona y gestionar recursos enfocados a priorizar el turismo como motor de desarrollo local. | Establecer vínculos con entidades gubernamentales para promover a Huizúcar como destino turístico. | * Hacer de Huizúcar un destino turístico adicional a los tradicionales en el Departamento de La Libertad, que genere derrama económica en la zona e impulse el desarrollo local. |
| | | Facilitar los procesos y gestiones necesarias para promover la participación de los habitantes de Huizúcar en crear iniciativas de micro y pequeñas empresas turísticas. | |
| ONG'S | Aportar de recursos técnicos y capacitaciones a las personas interesadas en generar iniciativas empresariales turísticas en Huizúcar. | Establecer acercamientos y alianzas con otras entidades no gubernamentales para fortalecer el desarrollo formativo de las personas interesadas en desarrollar turismo en Huizúcar. | * Contribuir a mejorar el nivel de vida de los habitantes de Huizúcar para que puedan aportar activamente y dinamizar la economía. |
| ASOCIACIONES MUNICIPALES | Fomentar reuniones informativas y promover la participación activa de los habitantes de Huizúcar en el desarrollo de un cluster turístico y en la búsqueda de la mejora en la calidad de vida de los Huizucareños. | Vincular a los integrantes de las asociaciones en la labor de implementar empresas de tipo turísticas y guiarles en los pasos concretos a seguir para alcanzar sus expectativas de emprendedurismo. | * Ayudar a alcanzar el desarrollo social y económico de los habitantes del Municipio de Huizúcar que permita un avance positivo en las personas que residen en esta zona. |

FUENTE: Elaborado por grupo de tesis "Propuesta de fortalecimiento a las iniciativas de micro y pequeñas empresas con potencial turístico a través de un diagnóstico territorial en el Municipio de Huizúcar, Departamento de La Libertad"

F. ESTRATEGIAS PRINCIPALES DE LA PROPUESTA

Las estrategias deben consistir en acciones que permitan una consecución de los objetivos y considerando las variables favorables y desfavorables que posee internamente el entorno del Municipio de Huizúcar y sus características propias.

La principal herramienta que se tiene para la determinación de las estrategias es el análisis FODA desarrollado a partir del diagnóstico territorial en el capítulo N° 2 del presente trabajo de investigación. Se deben plantear las estrategias ofensivas, defensivas, de adaptabilidad o reorientación y de supervivencia. Estas son estrategias generales que son necesarias definir. Asimismo, las estrategias se pueden categorizar a corto o largo plazo, debido a la magnitud de tiempo que puedan llevar la integración de las acciones a implementar y al tiempo que se pueda llevar en ver los resultados de dichas estrategias.

A continuación presentamos estas estrategias clasificadas entre las que tienen su base del análisis FODA y posteriormente clasificadas según su ejecución de corto y largo plazo.

1. ESTRATEGIAS SEGÚN ANÁLISIS DE MATRIZ FODA

a) Estrategias Ofensivas (Integración de Fortalezas y Oportunidades)

| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Población interesada en la creación de micro y pequeñas empresas turísticas. • Redes viales en buen estado. • Cercanía y accesibilidad al área Metropolitana y a diferentes lugares de gran afluencia turística. • Abundancia de recursos naturales (flora, fauna, recursos hídricos, etc.) • Bajos índices de violencia y delincuencia en la zona. | <ul style="list-style-type: none"> • Relaciones con organismos e instituciones de apoyo al desarrollo comunal. • Aprovechamiento de programas gubernamentales en función de las iniciativas de MYPES turísticas. • Iniciativas de programas de desarrollo y promoción turística, por parte del Gobierno Central. • Aprovechamiento del proyecto FOMILENIO II hacia la zona |

| | |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Se cuenta con asociaciones de apoyo a la comunidad que facilitan la integración de programas inclusivos para desarrollar iniciativas de emprendedurismo. | <p>turística del departamento de La Libertad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo al financiamiento de iniciativas de micro y pequeñas empresas. • Impulsar el desarrollo de las fincas de café existentes en el Municipio de Huizúcar |
|--|---|

- **Estrategia Ofensiva N° 1:** Aprovechamiento de las estructuras de organizaciones sociales para gestionar acercamientos con los entes que regulan las decisiones relativas al impulso del turismo y ver la manera de aprovechar la próxima ejecución del FOMILENIO II.
- **Estrategia Ofensiva N° 2:** Dar seguimiento a los planes de apoyo hacia la creación de MYPES que el Gobierno Central esta dando a través de CONAMYPE y el Ministerio de Economía y rentabilizar ese apoyo para beneficio de las iniciativas en Huizúcar.
- **Estrategia Ofensiva N° 3:** Hacer del turismo un eje central del desarrollo socioeconómico del Municipio de Huizúcar aprovechando los recursos naturales y factores como la cercanía a la capital, las vías de comunicación en buen estado y los bajos niveles de violencia que se registran en la zona.

b) Estrategias Defensivas (Integración de Fortalezas y Amenazas)

| FORTALEZAS | AMENAZAS |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Población interesada en la creación de micro y pequeñas empresas turísticas. • Redes viales en buen estado. • Cercanía y accesibilidad al área Metropolitana y a diferentes lugares de gran afluencia turística. • Abundancia de recursos naturales (flora, fauna, recursos hídricos, etc.) • Bajos índices de violencia y delincuencia en la zona. • Se cuenta con asociaciones de apoyo a la comunidad que facilitan la integración de programas inclusivos para desarrollar iniciativas de emprendedurismo. | <ul style="list-style-type: none"> • Migración de los habitantes del Municipio de Huizúcar por falta de acceso al empleo en la zona. • Incremento de pandillas en las zonas aledañas al Municipio de Huizúcar. • Impulso de grandes empresas competidoras que aprovechen los recursos anticipadamente y dejen de fuera las alternativas de MYPES. • Riesgo de daños a los recursos naturales existentes por desastres naturales fuera del control humano. • Estancamiento de proyectos turísticos debido a cambios políticos e ideológicos en los gobiernos municipales y central. |

- **Estrategia Defensiva N° 1:** Desarrollar como prioridad la estructura de un cluster turístico entre MYPES dedicadas a este rubro para impulsar el turismo desde estas iniciativas y minimizar amenazas de grandes empresas que se anticipen y rentabilicen los recursos que posee el municipio de Huizúcar.

-**Estrategia Defensiva N° 2:** Promover campañas de preservación de los recursos naturales existentes en el municipio de Huizúcar desde las organizaciones sociales existentes en el Municipio de Huizúcar y principalmente a través de la Alcaldía Municipal.

-**Estrategia Defensiva N° 3:** Mantener un registro de los planes y acciones elementales para el desarrollo de MYPES turísticas para evitar retroceso en los proyectos debido a los cambios políticos por elecciones de Alcaldes y Gobierno Central.

c) Estrategias de Adaptabilidad o Reorientación (Integración de Debilidades y Oportunidades)

| DEBILIDADES | OPORTUNIDADES |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Falta de recursos económicos para llevar a cabo iniciativas micro empresariales turísticas. • Poco desarrollo y acceso de servicios básicos. • Falta de proactividad de parte de del gobierno municipal para el fomento del turismo. • Falta de sinergias entre las asociaciones y organizaciones sociales y alcaldía de la municipalidad. • Exclusión de las MYPES en la toma de decisiones relacionadas al turismo en CORSATUR. • Inexistencia de programas de promoción y publicidad integral de la localidad como destino turístico. | <ul style="list-style-type: none"> • Relaciones con organismos e instituciones de apoyo al desarrollo comunal. • Aprovechamiento de programas gubernamentales en función de las iniciativas de MYPES turísticas. • Iniciativas de programas de desarrollo y promoción turística, por parte del Gobierno Central. • Aprovechamiento del proyecto FOMILENIO II hacia la zona turística del departamento de La Libertad. • Apoyo al financiamiento de iniciativas de micro y pequeñas empresas. • Impulsar el desarrollo de las fincas de café existentes en el Municipio de Huizúcar. |

- **Estrategia Adaptativa N° 1:** Desarrollar todas las acciones necesarias para impulsar un clúster turístico definido y que este permita adaptarse a la demanda turística creciente en el país.

-**Estrategia Adaptativa N° 2:** Buscar concretar el impulso que se está dando al desarrollo de MYPES a través de los planes del Gobierno Central y Municipal para

obtener los recursos necesarios en pro de las iniciativas microempresariales de turismo en Huizúcar.

-Estrategia Adaptativa N° 3: Reorientar los fines comerciales de las fincas de café existentes en el Municipio de Huizúcar con el fin de integrarlas hacia los objetivos de desarrollo turístico.

d) Estrategias de Supervivencia (Integración de Debilidades y Amenazas)

| DEBILIDADES | AMENAZAS |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Falta de recursos económicos para llevar a cabo iniciativas micro empresariales turísticas. • Poco desarrollo y acceso de servicios básicos. • Falta de proactividad de parte de del gobierno municipal para el fomento del turismo. • Falta de sinergias entre las asociaciones y organizaciones sociales y alcaldía de la municipalidad. • Exclusión de las MYPES en la toma de decisiones relacionadas al turismo en CORSATUR. • Inexistencia de programas de promoción y publicidad integral de la localidad como destino turístico. | <ul style="list-style-type: none"> • Migración de los habitantes del Municipio de Huizúcar por falta de acceso al empleo en la zona. • Incremento de pandillas en las zonas aledañas al Municipio de Huizúcar. • Impulso de grandes empresas competidoras que aprovechen los recursos anticipadamente y dejen de fuera las alternativas de MYPES. • Riesgo de daños a los recursos naturales existentes por desastres naturales fuera del control humano. • Estancamiento de proyectos turísticos debido a cambios políticos e ideológicos en los gobiernos municipales y central. |

- Estrategia Adaptativa N° 1: Implementar por medio de la alcaldía de la municipalidad planes de capacitación técnica, programas educativos y de recreación para que los

jóvenes del municipio de Huizúcar y la población en general tenga las posibilidades de mejorar sus condiciones de vida y sean entes productivos y generadores de iniciativas microempresariales que atraigan inversión hacia Huizucar

-Estrategia Adaptativa N° 2: Generar empleos a través de la implementación de las iniciativas microempresariales turísticas, con apoyo del gobierno central y municipal para que los habitantes del Municipio tengan fuentes de ingresos sin migrar fuera de este, aprovechando el apoyo y realización de eventos de índole turístico que se desarrollan en Huizucar.

-Estrategia Adaptativa N° 3: Realizar planes de contingencia para el rescate y preservación de los recursos naturales en el Municipio de Huizúcar tomando en cuenta que son la base para la atracción y generación de iniciativas microempresariales turísticas.

2. ESTRATEGIAS A CORTO PLAZO Y LARGO PLAZO

CUADRO N° 9: ESTRATEGIAS DE CORTO PLAZO PARA EL DESARROLLO DE INICIATIVAS DE MYPES TURÍSTICAS EN EL MUNICIPIO DE HUIZÚCAR

| OBJETIVOS | ESTRATEGIAS | ACTIVIDADES RELATIVAS | EJECUTORES |
|--|--|--|---|
| Propiciar y facilitar la participación de los habitantes del Municipio de Huizúcar en el desarrollo de iniciativas empresariales turísticas para la búsqueda del desarrollo social, económico y cultural | Estimular la formación de jóvenes y adultos en actividades con potencial turístico y que puedan ser un valor agregado para su ingreso como emprendedores o empleados de iniciativas empresariales turísticas en Huizúcar | Programas de capacitaciones técnicas sobre turismo & emprendedurismo y planes de incorporación a talleres formativos para jóvenes y adultos | * Todas las organizaciones vinculadas (ver Cuadro N° 1 del presente capítulo) |
| | Gestionar reuniones multilaterales entre las entidades de gobierno y apoyo (Alcaldía Municipal, CONAMYPE, CORSATUR, ONGs) con el fin de mostrar unidad y seriedad en el apoyo del sector turismo y sus posibles iniciativas empresariales | Reuniones con organizaciones municipales líderes que promuevan el desarrollo de la comunidad del Municipio de Huizúcar | |
| | | Proveer acompañamiento técnico a los emprendedores bajo el concepto de "aprender haciendo" y fortalecer los aspectos cualitativos de las iniciativas empresariales turísticas | |
| Proporcionar las herramientas para que las personas interesadas en emprender micro y pequeñas empresas turísticas puedan contar con el apoyo del gobierno central en cuanto a la disponibilidad económica de capital semilla | Aprovechar el impulso que el gobierno promete brindar a las MYPES como alternativa de desarrollo de los pueblos, en especial lo relacionado al acceso a concursos de aporte de capital semilla o el acceso de créditos blandos para iniciativas empresariales turísticas | Proveer a las asociaciones municipales interesadas en desarrollo de MYPES turísticas los pasos, contactos y requisitos a seguir para adquirir financiamiento de capital semilla | * CONAMYPE |
| | | Campaña de información mediante las entidades gubernamentales, tanto gobierno local como gobierno central, para procesos de concursos de apoyo gratuito de financiamiento básico | * MITUR Y CORSATUR |
| | | Reuniones para solventar dudas y/o consultas sobre que entidades apoyan el acceso a capital semilla y financiamiento | * ALCALDIA MUNICIPAL DE HUIZÚCAR * BANCO DE FOMENTO AGROPECUARIO * ASOCIACIONES COMUNALES |
| Promover y concientizar a los pobladores de Huizúcar sobre una cultura de rescate y conservación de los recursos naturales y atractivos turísticos para que facilite el adecuado desarrollo del turismo local | Publicidad para la promoción en el rescate de los recursos naturales de la zona y la conservación de los atractivos turísticos Campañas de participación ciudadana para identificarse con la conservación de los recursos, atractivos y demás condiciones de Huizúcar como algo propio de la población y en beneficio de ellos mismos | Reuniones periódicas de las asociaciones y Alcaldía Municipal para dar a conocer los beneficios que el turismo podría traer en términos económicos, sociales y naturales | * ALCALDIA MUNICIPAL DE HUIZÚCAR |
| | | Promover campañas de limpieza y de cultura de mantener los ríos, senderos, calles y al Municipio en general limpio y ordenado | * ASOCIACIONES COMUNALES |
| | | Señalización de las rutas y accesos hacia los principales atractivos turísticos del Municipio de Huizúcar | * ONGs |
| Proyectarse hacia el desarrollo y sostenibilidad de las iniciativas de micro y pequeñas empresas turísticas y garantizar su adecuado funcionamiento | Ejecución de proyectos que solventen los servicios básicos para el adecuado funcionamiento de las iniciativas empresariales turísticas | Reuniones y gestiones para desarrollar proyectos de dotación de servicios básicos (agua, luz, aguas negras, teléfono, internet, etc.) | * ALCALDIA MUNICIPAL DE HUIZÚCAR * GOBIERNO CENTRAL |
| | Realizar gestiones para que se desarrolle la infraestructura de la planta turística en los terrenos y zonas adecuadas | Alcanzar acuerdos con algunos dueños de terrenos que puedan ser adquiridos y luego utilizados para desarrollar infraestructura netamente turística en la zona | * ASOCIACIONES COMUNALES |

FUENTE: Elaborado por grupo de tesis "Propuesta de fortalecimiento a las iniciativas de micro y pequeñas empresas con potencial turístico a través de un diagnóstico territorial en el Municipio de Huizúcar, Departamento de La Libertad"

CUADRO N° 10: ESTRATEGIAS DE LARGO PLAZO PARA EL DESARROLLO DE INICIATIVA DE MYPES TURISTICAS EN EL MUNICIPIO DE HUIZÚCAR

| <i>OBJETIVOS</i> | <i>ESTRATEGIAS</i> | <i>ACTIVIDADES RELATIVAS</i> | <i>EJECUTORES</i> |
|--|--|--|---|
| Crecimiento de la oferta y demanda del Municipio de Huizúcar como destino turístico y aprovechamiento de la derrama económica que se obtenga el turismo. | Consolidar una amplia y dinámica planta turística en el municipio de Huizúcar que integre las acciones de todas las asociaciones y entidades relacionadas al sector turismo | Acompañar la creación de las iniciativas de micro y pequeñas empresas turísticas y generar cadenas de negocio entre ellas | * Todas las organizaciones vinculadas (ver cuadro N° 1 del presente capítulo) |
| | Establecer una publicidad y promoción constante por los medios de comunicación masivos sobre Huizúcar como destino turístico, tanto a nivel nacional como internacional | Anuncios en radio y televisión, revistas culturales y de turismo, vallas publicitarias y demás sistemas integrados de publicidad | |
| | Aprovechamiento del posible desembolso de FOMILENIO II que se pretende establecer en la zona costera del país y que representa un potencial grande para promover a Huizúcar como opción de turismo alternativo para los visitantes extranjeros | Acercamientos con los responsables del programa ejecutor del FOMILENIO II para ofrecer asociaciones con tour operadores que formen parte del sector turístico de Huizúcar y promover visitas y tours a los destinos y atractivos turísticos de la zona | |
| | Promover la formación de una cooperativa que permita el crecimiento de las iniciativas de micro y pequeños negocios turísticos en el Municipio de Huizúcar | Reuniones entre los microempresarios que formen parte del cluster empresarial turístico en Huizúcar y fomentar la cultura cooperativista en beneficio de todos los asociados | |
| Crear una ruta turística tal como en otros Municipios del país para maximizar el realce y promoción del turismo y las MYPES turísticas de la zona | Gestionar reuniones multilaterales con los Gobiernos Municipales vecinos, entidades gubernamentales y asociaciones relacionadas al turismo para promover la consecución de una ruta turística definida en la zona | Solicitar el apoyo de los sectores relacionados al turismo que faciliten hacer realidad una ruta turística que involucre municipios aledaños para ganar mas fuerza y evolución turística | |
| | Solicitar el apoyo de las entidades gubernamentales para tener el respaldo en terminos de seguridad, infraestructura y vías de comunicación adecuadas en el sector de Huizúcar | Solicitar formalmente el apoyo mediante CORSATUR como ente ejecutor de planes turísticos para mejorar todas las áreas que faciliten el desarrollo del turismo y de las iniciativas empresariales | |
| | Diversificar la oferta de productos y servicios turísticos que capten la atención del turista y fortalecer los servicios ya existentes | Hacer encuestas y estudios de factibilidad para dotar de productos y servicios turísticos que puedan ser de interes a los turistas | |
| Promover la inversión extranjera en el area turística del Municipio de Huizúcar y que sea traducido en mejores recursos y mejores oportunidades | Buscar conexiones directas con embajadas extranjeras o entidades que promuevan la inversión extranjera para proyectos de turismo rural | Gestionar apoyos al cluster turístico de Huizúcar a ONGs respaldadas internacionalmente y que colaboren a promover Huizúcar como zona de rentabilidad de inversiones de carácter turístico | |

FUENTE: Elaborado por grupo de tesis "Propuesta de fortalecimiento a las iniciativas de micro y pequeñas empresas con potencial turístico a través de un diagnóstico territorial en el Municipio de Huizúcar, Departamento de La Libertad"

G. CONTROL, APOYO Y SEGUIMIENTO POST-EJECUCIÓN

Es importante la definición de procesos de control y seguimiento de los resultados obtenidos y hacer una evaluación para proponer cambios con el fin de alcanzar los objetivos trazados. El hecho de establecer las bases de infraestructura y estructuras definidas de procedimientos y acciones no podrán garantizar la efectividad de un cluster turístico, por tanto se debe hacer una evaluación periódica sobre la marcha para analizar y proponer acciones correctivas que nos acerquen a las metas trazadas en un inicio.

El seguimiento a cada una de las actuaciones es fundamental debido a que promueve la mejora continua indispensable para la subsistencia de las iniciativas empresariales turísticas y para el crecimiento del turismo en general.

Para este efecto, podemos proponer que se realicen las siguientes evaluaciones que garanticen el buen funcionamiento del sistema turístico en general, como base del cluster de negocios turísticos:

- Estudio periódico de los ríos, bosques, senderos y demás atractivos naturales para garantizar la salubridad, seguridad y el estado de los mismos por el impacto inminente que ocasione las visitas de personas.
- Verificar el número de iniciativas empresariales inscritas y su evolución en términos económicos, cualitativos y cuantitativos.
- Verificar los beneficios que aporta el sector turístico en cuanto a empleos generados, disminución de índices de pobreza y delincuencia, aporte del sector a las arcas de la Municipalidad, entre otros elementos.
- Reinversión del gasto turístico.
- Realización continua de censos generales de visitantes para determinar si existen resultados positivos por la publicidad y promoción invertida.

H. BIBLIOGRAFIA

LIBROS

- Molina, Sergio- "Conceptualización del Turismo". Editorial Limusa, México, año 2000.
- Moreno, Javier; Segura, Gustavo y Cristinman - "Turismo en El Salvador: El reto de la Competitividad". INCAE, Agosto 1998, El Salvador.
- Porter, Michael E. - "Ventajas competitivas de las naciones", 1ª edición, año 1990. México
- Sampieri, Roberto Hernandez- "Metodología de la Investigación- 4ta Edición". Editorial McGraw Hill. Año 2006.
- Sancho, Amparo (Dir) – "Introducción al Turismo", OMT (Organización Mundial del Turismo, año 2000, España.

TESIS

- Diseño de Plan Estratégico Participativo para el Municipio de Huizúcar, Departamento de La Libertad por GABRIELA PATRICIA CASTRO, CARLOS RENE PEÑA ERAZO Y KAREN HELEN ARGENTINA OLMOS PADILLA. Universidad de El Salvador, año 2011.
- "Elaboración de un plan de implementación para capacitación y asesoría micro empresarial". UNICO. Noviembre 1998.

DOCUMENTOS

- 50 años ISTU, año 2011
- Ministerio de Turismo de El Salvador, año 2010.
- "Guía de Parques Recreativos del ISTU". Enero 2012.

OTROS

- "El Turismo en El Salvador crece a paso lento". La Prensa Grafica, edición del 31 de Diciembre de 2011
- <https://sites.google.com/a/politurelsalvador.com/web/noticias/proyecto-de-turismo-noctuno-continua-avanzando>.

- <http://tribunahispanausa.com/portal/?p=17856>.
- <http://epaper.elsalvador.com/edicion/html/index.asp?f=20120523&sin=NOWEBCACHE>.
- http://www.fundemas.org/index.php?option=com_content&view=article&id=22&Itemid=6
- http://www.fusades.org/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=121&Itemid=97
- <http://www.acua.org.sv/quienes-somos/mision>
- http://www.prisma.org.sv/uploads/media/la_apuesta_por_un_Turismo_sostenible_en_ESV.pdf
- <http://acua.org.sv/wp-content/uploads/2010/10/huizucar1.pdf>.
- http://www.municipalindexelsalvador.com/gal_documentos/Reporte-ICM.pdf
- http://www.fisd.lgob.sv/novedades/funcionarios/2454-audiencia-alcalde_municipal-de-huizucar-la-libertad.html.
- <http://www.municipioaprobado.org.sv/admin/archivos/1272388342huizucar.pdf>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>.
- <http://www.travelwebdir.com/articles/tourism-is-the-largest-industry-in-the-world-1540.htm>.
- <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>.
- <https://sites.google.com/a/politurelsalvador.com/web/perfil-del-policia-de-turismo>.
- <http://www.mitur.gob.sv/novedades/noticias/item/49-el-salvador-recibe-77-100-turistas-internacionales-un-repunte-del-13-en-vacaciones-semana-santa-2012.html>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_m%C3%A9dico
- <http://www.eumed.net/tesis/2007/fjcv/cluster%20Turistico.htm>.
- <http://es.scribd.com/doc/4774174/modelo-de-microempresas-turismo>.
- <http://www.hitourbano.cl/glosario/glosario-de-ordenamiento-territorial>.
- <http://tecnicoambientalenreciclaje.blogspot.com/2011/09/como-realizar-un-diagnostico.html>.
- http://www.feriaejecutivadeempleo.com/front_content.php
- <http://es.scribd.com/doc/13260352/Muestra-y-Universo>.
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Censo_\(estadística\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Censo_(estadística))
- <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-24556.htm>

ANEXOS

**ANEXO 1: CUESTIONARIO REALIZADO A LOS HABITANTES DE HUIZÚCAR
INTERESADOS EN INICIAR MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS TURÍSTICAS
EN LA ZONA**



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



La presente encuesta es realizada por alumnos Egresados de la Carrera de Licenciatura de Administración de Empresas. Le solicitamos su colaboración

OBJETIVO: Recopilar información relevante para realizar un diagnóstico territorial que nos permita evaluar la situación actual del municipio de Huizucar en cuanto a las iniciativas empresariales turísticas que podrían potenciarse en la zona.

INDICACIONES: A continuación se le presenta una serie de preguntas con varias opciones, donde usted deberá marcar con una "X" la respuesta que considere conveniente y explicar si es necesario.

I. GENERALIDADES

Sexo F____ M____ Edad____ Nivel de escolaridad

1. A qué se dedica usted actualmente:

Empleado(a)____ Desempleado(a)____ Estudiante____ Ama de casa____
Posee Negocio propio____ Jubilado(a) o Pensionado(a)____ Otros____

Si su respuesta a la pregunta 1 fue que Usted posee negocio propio:

2. ¿Qué tipo de negocio posee Ud.? _____
3. ¿Cuántos empleados tiene en su negocio actualmente? _____
4. ¿Está ubicado su negocio en el municipio de Huizúcar? SI____ NO____

Si su respuesta a la pregunta 1 fue que Usted se encuentra empleado:

5. ¿En qué área de trabajo se desempeña?

Construcción____ Oficina____ Fabrica o Maquila____ Servicios domésticos____
Agricultura y ganadería____ Ventas____ Otros____

6. ¿Cuál es su nivel de ingresos mensuales?

Menos de \$100 mensuales____ De \$100 a \$200 mensuales____ Más de \$200 mensuales____

7. Adicional a sus ingresos mensuales fijos, ¿Percibe Ud. ingresos por Remesas del extranjero? SI_____ NO_____

II. CONTENIDO ESPECÍFICO

1. ¿Considera Ud. que el Municipio de Huizúcar tiene potencial para el desarrollo del turismo? SI_____ NO_____

2. Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa; ¿Cuáles considera Ud. son los principales atractivos turísticos a potenciar en el Municipio de Huizúcar?

Naturales_____ Culturales/Religiosos_____ Gastronómicos_____

Artesanales_____

Otros

(Favor definir)_____

3. ¿Qué tipo de factores considera Ud. deben mejorarse en el Municipio de Huizúcar para facilitar el desarrollo de actividades turísticas? (puede marcar más de una opción):

Seguridad_____ Servicios básicos (agua, luz, teléfono, etc.)_____ Red vial_____

Aseo del Municipio_____ Servicio de transporte colectivo_____ Publicidad_____

Otros

(Favor definir)_____

4. Indique cuales factores considera Ud. como los principales obstáculos que enfrenta el Municipio de Huizúcar para el desarrollo de actividades turísticas (puede marcar más de una opción):

Falta de apoyo de Instituciones (Alcaldía Municipal, Gobierno Central, etc.)_____

Falta de capacitación técnica en el tema de turismo _____

Falta de interés de la población del Municipio en el tema de turismo_____

Falta de atractivos turísticos en la zona_____

Falta de empresas de índole turístico_____

5. ¿Qué instituciones y/u organismos conoce Ud. que apoyan el desarrollo del turismo en el Municipio de Huizúcar?

Alcaldía Municipal_____ Instituciones Gubernamentales_____ ONG´s_____

Empresa Privada_____ Otros_____ No conoce/ No opina_____

6. ¿Cómo considera Ud. el desarrollo del turismo en el Municipio de Huizúcar en los últimos 5 años?

No se ha desarrollado___ Ha tenido poco desarrollo___ Ha tenido un desarrollo moderado_____
Ha tenido bastante desarrollo_____ No conoce/ No opina_____

7. **¿Considera Ud. que el turismo podría ser una alternativa adecuada para el desarrollo local del Municipio de Huizúcar?** SI___ NO___

Favor explique su respuesta:

III. CONTENIDO FUNCIONAL

1. **¿Ha participado Ud. alguna vez en algún tipo de proyecto enfocado a la promoción del turismo en el Municipio de Huizúcar?** SI___ NO___

2. **Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa; ¿En que tipo de proyecto participó?**

Ferias Gastronómicas___ Ferias de artesanías___ Promoción del Municipio___ Tours en la zona___ Eventos deportivos/Entretenimiento___
Otros_____

3. **¿Consideraría Ud. la posibilidad de emprender una microempresa con enfoque turístico en el Municipio de Huizúcar?** SI___ NO___

Favor explique su respuesta

4. **¿En qué tipo de rubro turístico le gustaría iniciar su microempresa?**

Restaurantes/Cafés/Bares_____ Hoteles/ Hostales___ Tour Operador___
Venta de artesanías___ Servicios de Transporte___ Diversión/ Aventura___
Venta de Comida típica___
Otros_____

5. **¿Qué tipo de recursos considera Ud. necesarios para iniciar una microempresa turística en la zona?**

Capital Semilla _____ Establecimiento_____ Capacitación Técnica_____
Otros_____

6. **¿Cuáles son las entidades que Ud. conoce brindan apoyo a la creación y fomento de micro y pequeñas empresas en el Municipio de Huizúcar?**

Asociaciones de la zona _____ Alcaldía Municipal _____ ONG's _____
Instituciones de Gobierno _____ Empresa Privada _____ Otros _____

7. **¿Conoce Ud. en qué consiste una cadena de negocios?** SI _____ NO _____
8. **¿Consideraría Ud. participar en cadenas de negocios que impliquen el mantener relaciones directas con otras micro o pequeñas empresas, tomando en cuenta que podrían traer beneficios para ambas partes?** SI _____ NO _____
9. **¿Considera Ud. que la puesta en marcha de microempresas turísticas en el Municipio de Huizúcar podría ser una alternativa viable para la subsistencia económica de los habitantes de la zona?** SI _____ NO _____

**ANEXO 2: ANALISIS DE RESULTADOS DEL CUESTIONARIO Y SUS
RESPECTIVAS GRÁFICAS COMPARATIVAS**

I. GENERALIDADES

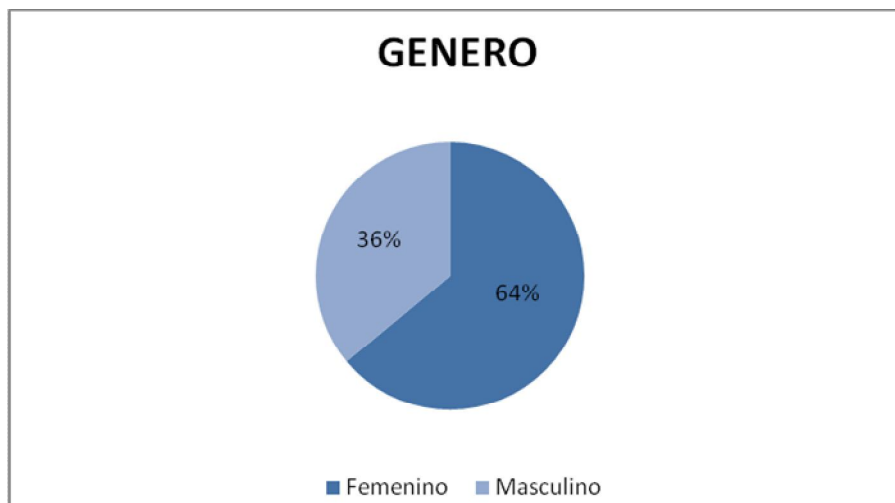
PREGUNTA N° 1: GENERO

OBJETIVO: Determinar la cantidad de personas de ambos sexos que están interesados en emprender micro y pequeñas empresas de carácter turístico en el Municipio de Huizúcar y determinar el enfoque de dichas iniciativas empresariales sean las más adecuadas.

TABLA DE RESULTADOS N° 1

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|------------------|-------------------|-----------------------|
| Femenino | 154 | 64% |
| Masculino | 86 | 36% |
| TOTALES | 240 | 100% |

GRAFICO DE RESULTADOS N° 1



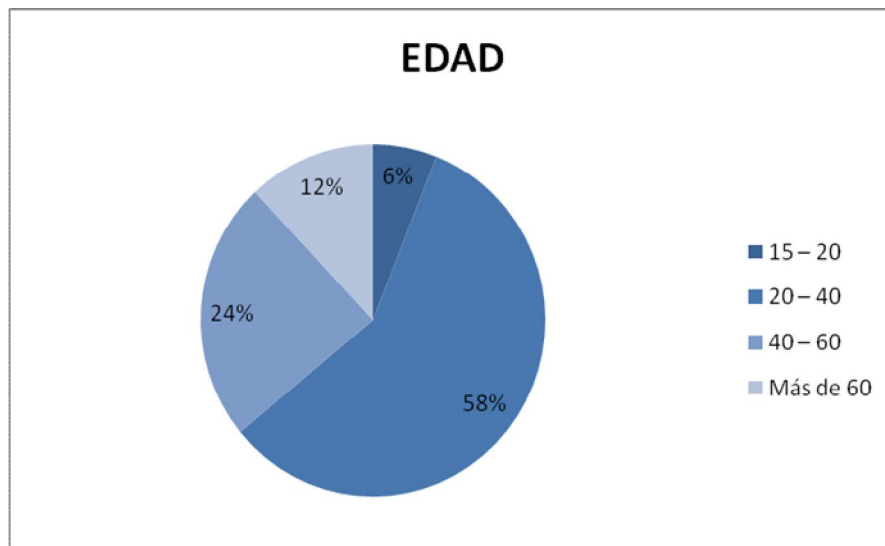
ANALISIS: Según las encuestas realizadas, el 64% de la población en estudio es del género femenino lo que significa que son más de la mitad de las personas interesadas en el tema de desarrollo de MYPEs turísticas. Sin embargo, es notable la presencia de población masculina que abarca el 36% de la población encuestada.

PREGUNTA N° 2: EDAD

OBJETIVO: Determinar la edad de los pobladores del municipio de Huizucar interesados en establecer micro o pequeñas empresas turísticas.

| RESPUESTAS (Rango de Edades) | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------------------------|------------|-------------|
| 15 – 20 | 14 | 6% |
| 20 – 40 | 139 | 58% |
| 40 – 60 | 58 | 24% |
| Más de 60 | 29 | 12% |
| TOTALES | 240 | 100% |

GRAFICO DE RESULTADOS N°2



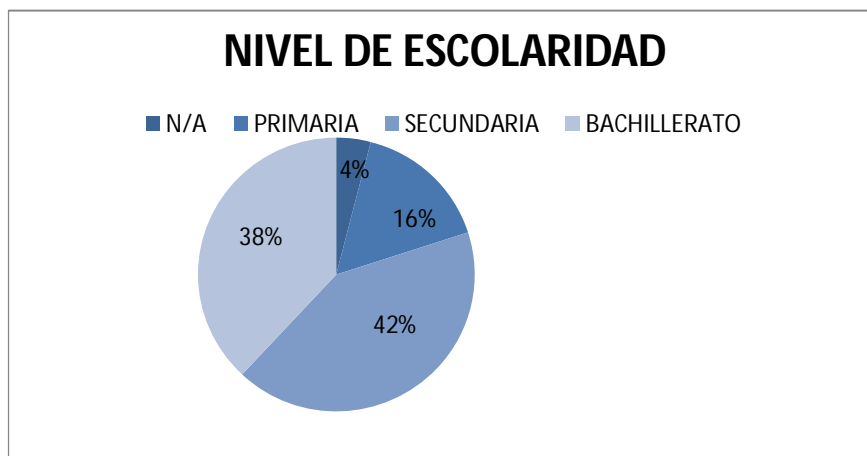
ANALISIS: Según el sondeo realizado a los habitantes del municipio de Huizucar respecto a las edades de las personas interesadas en establecer una micro o pequeña empresa turística se puede observar que el 6% corresponde al rango de edades de 15-20 años, el 58% corresponde al rango de 20-40 años, el 24% corresponde al rango 40-60 años y el 12% corresponde a 60 o más años, denotando que el porcentaje más alto se encuentra entre las edades de 20 – 40 años, es decir, la mayoría de la población debe ser económicamente activa.

PREGUNTA N° 3: NIVEL DE ESCOLARIDAD

OBJETIVO: Investigar el nivel de escolaridad de los habitantes del municipio de Huizucar para poder desarrollar las ideas de capacitación que pudiesen necesitarlas personas interesadas en iniciar micros o pequeñas empresas turísticas.

| RESPUESTAS | FRECUENCIAS | PORCENTAJES |
|----------------|-------------|-------------|
| N/A | 10 | 4% |
| PRIMARIA | 38 | 16% |
| SECUNDARIA | 101 | 42% |
| BACHILLERATO | 91 | 38% |
| TOTALES | 240 | 100% |

GRAFICO DE RESULTADOS N° 3



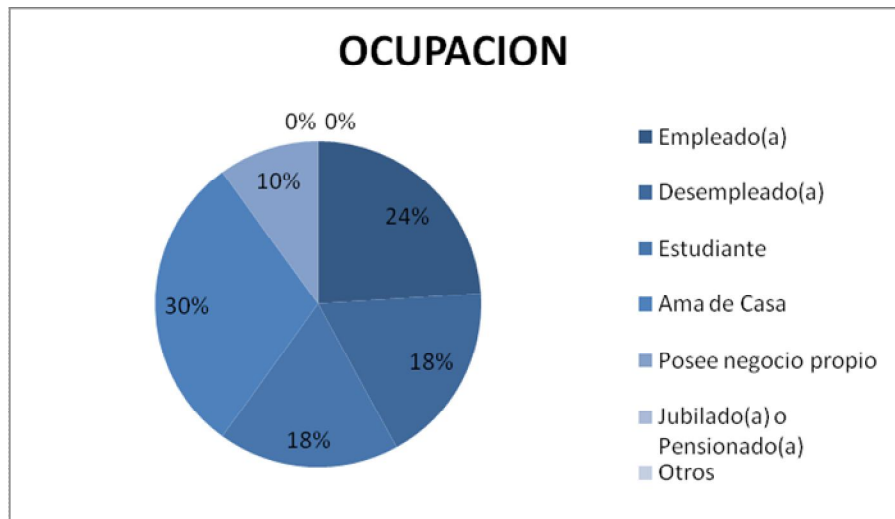
ANALISIS: De acuerdo con los resultados obtenidos de la encuesta realizada a los habitantes del municipio de Huizucar el 42% tiene un nivel de escolaridad en secundaria, el 38% en bachillerato, el 16% en primaria y el 4% no posee nivel de estudios, lo que significa que en el Municipio la gran mayoría no asiste a la universidad, pues al graduarse de bachilleres optan por trabajar y no finalizar estudios superiores.

PREGUNTA N° 4: OCUPACION

OBJETIVO: Identificar las ocupaciones de los habitantes del municipio de Huizucar que desean emprender micro o pequeñas empresas turísticas en la zona.

| RESPUESTAS | FRECUENCIAS | PORCENTAJES |
|-----------------------------|-------------|-------------|
| Empleado(a) | 58 | 24% |
| Desempleado(a) | 43 | 18% |
| Estudiante | 43 | 18% |
| Ama de Casa | 72 | 30% |
| Posee negocio propio | 24 | 10% |
| Jubilado(a) o Pensionado(a) | 0 | 0% |
| Otros | 0 | 0% |
| Totales | 240 | 100% |

GRAFICO DE RESULTADOS N° 4

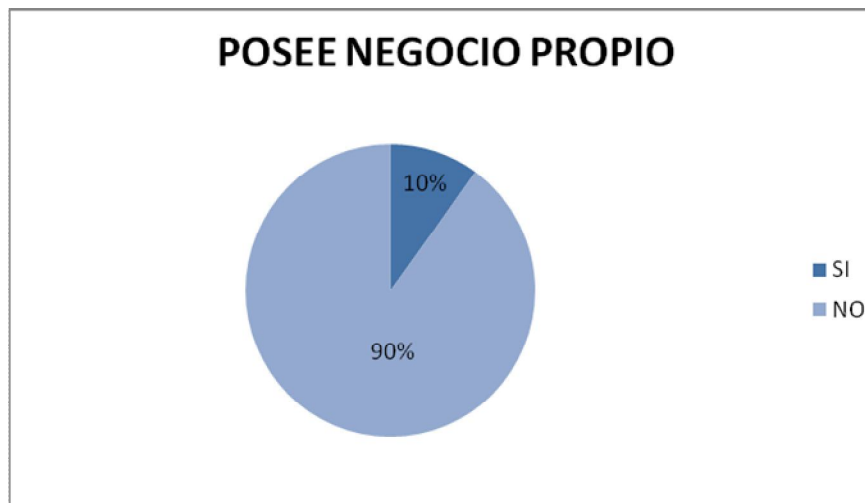


ANALISIS: Respecto a los resultados obtenidos de la pregunta referida a la ocupación de los habitantes del municipio de Huizucar, se puede observar que solamente el 24% de los encuestados tiene empleo, el 76% restante está conformado por estudiantes (18%), amas de casa (30%), desempleados (18%), siendo los dos últimos los indicados para iniciar una micro empresa los cuales se verían beneficiados al obtener ingresos por medio su propio negocio, en el Municipio solamente 10% posee negocio propio y a la fecha no se encuentran personas jubiladas o pensionados.

PREGUNTA N° 5: POSEE NEGOCIO PROPIO

OBJETIVO: Verificar cuantas personas interesadas en iniciar empresas turísticas en el municipio de Huizucar ya cuentan con algún tipo de negocio de carácter turístico o no turístico.

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|----------------|------------|----------------|
| SI | 24 | 10% |
| NO | 216 | 90% |
| TOTALES | 240 | 100% |



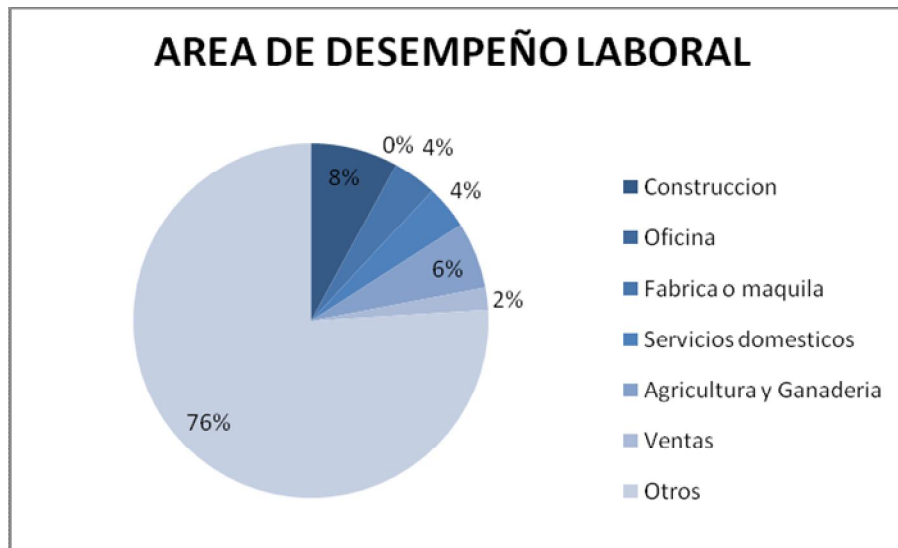
ANALISIS: Únicamente el 10% de las personas encuestadas manifiestan tener un negocio propio. Estos negocios se caracterizan por ser de subsistencia. El restante 90% no posee ningún tipo de negocio propio.

PREGUNTA N°6: SI SE ENCUENTRA EMPLEADO, CUAL ES EL AREA DE DESEMPEÑO.

OBJETIVO: Conocer el área de trabajo o desempeño que actualmente se encuentran las personas del municipio de Huizucar interesadas en emprender micro y pequeñas empresas turísticas con el fin de obtener un panorama del tipo de empresa que más les convendría iniciar.

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|-------------------------|------------|----------------|
| Construcción | 19 | 8% |
| Oficina | 0 | 0% |
| Fábrica o maquila | 10 | 4% |
| Servicios domésticos | 10 | 4% |
| Agricultura y Ganadería | 14 | 6% |
| Ventas | 5 | 2% |
| Otros | 182 | 76% |
| TOTALES | 240 | 100% |

GRAFICO DE RESULTADOS N° 6



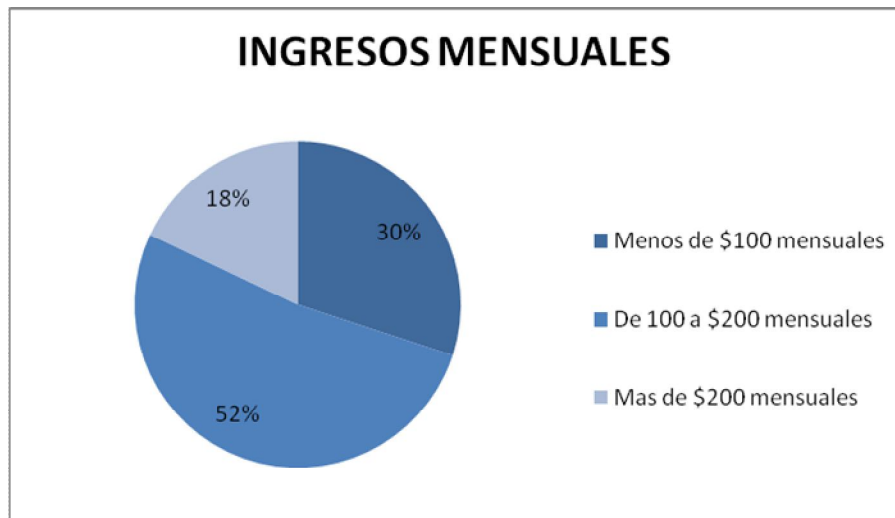
ANALISIS: El 24% de las personas empleados según la grafica n° 6 lo conforman las áreas de construcción (8%), fábrica o maquila (4%), agricultura (6%) y ventas (2%). Es destacable que el 76% que se representa en la grafica n°6 está agrupado por personas desempleadas, amas de casa y estudiantes, es decir, personas que no tienen ingresos fijos formales.

PREGUNTA N° 7: NIVEL DE INGRESOS MENSUAL

OBJETIVO: Conocer el nivel de ingresos mensual de los pobladores del municipio de huizucar y analizar en qué manera se beneficiarían con la creación de nuevos negocios de carácter turístico dentro del municipio.

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|--------------------------|------------|----------------|
| Menos de \$100 mensuales | 72 | 30% |
| De 100 a \$200 mensuales | 125 | 52% |
| Más de \$200 mensuales | 43 | 18% |
| TOTALES | 240 | 100% |

GRAFICO DE RESULTADOS N°7



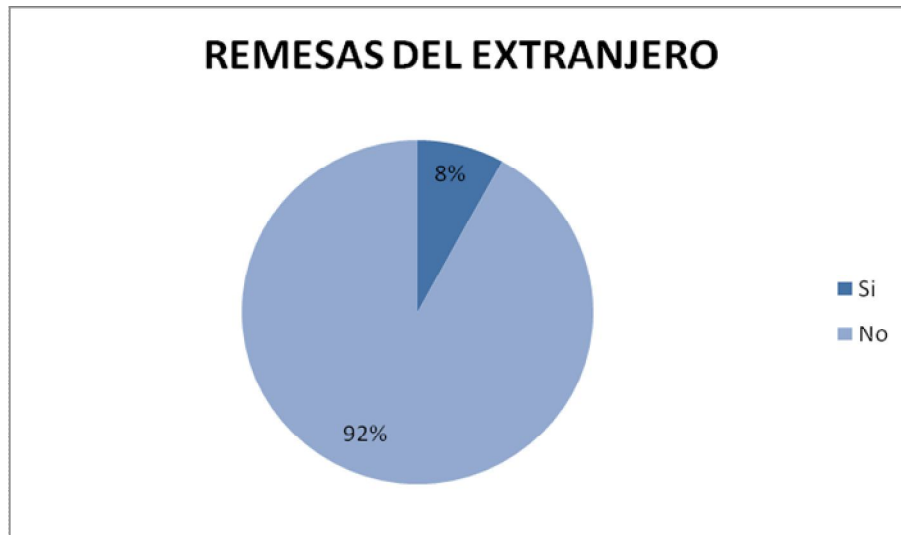
ANALISIS: De acuerdo a los resultados obtenidos se puede observar que el 18% tiene ingresos menores a \$100 mensuales, el 52% recibe entre \$100 a \$200 mensuales y el 18% recibe más de \$200 mensuales, lo que significa que más del 50% no percibe ni siquiera salario mínimo.

PREGUNTA N° 8: REMESAS DEL EXTRANJERO

OBJETIVO: Determinar el nivel de ingresos provenientes del extranjero de los pobladores del municipio de Huizucar que se encuentran interesados en iniciar una micro o pequeña empresa turística con el fin de identificar si existe potencial económico.

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|----------------|------------|----------------|
| Si | 19 | 8% |
| No | 221 | 92% |
| TOTALES | 240 | 100% |

GRAFICO DE RESULTADOS N°7



ANALISIS: De acuerdo con los resultados obtenidos solo el 8% del total de encuestados recibe remesas del exterior y el 92% no recibe ninguna clase de ayuda del extranjero esto dificulta de alguna forma a la realización de las iniciativas que las personas tienen ya que no reciben ningún tipo de ayuda alternativa que pueda recanalizarse o invertirse.

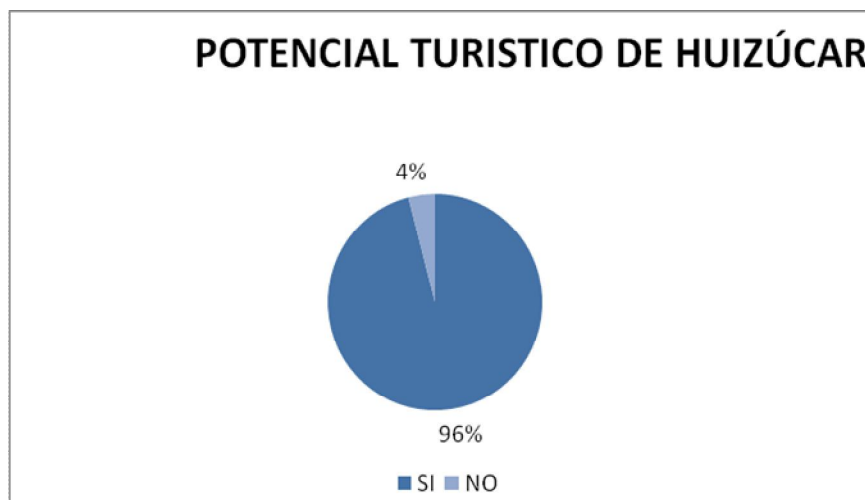
II – CONTENIDO ESPECÍFICO.

PREGUNTA N° 1: ¿CONSIDERA UD. QUE EL MUNICIPIO DE HUIZUCAR TIENE POTENCIAL PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO?

OBJETIVO: Conocer la opinión de los pobladores de Huizúcar acerca de si el municipio posee potencial turístico o no.

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|----------------|------------|----------------|
| Si | 230 | 96% |
| No | 10 | 4% |
| TOTALES | 240 | 100% |

GRAFICO DE RESPUESTAS N°1



ANALISIS: En los datos obtenidos se puede observar que el 96% de la población cree que el municipio de Huizúcar posee potencial turístico contra un 4% que opina que no lo tiene.

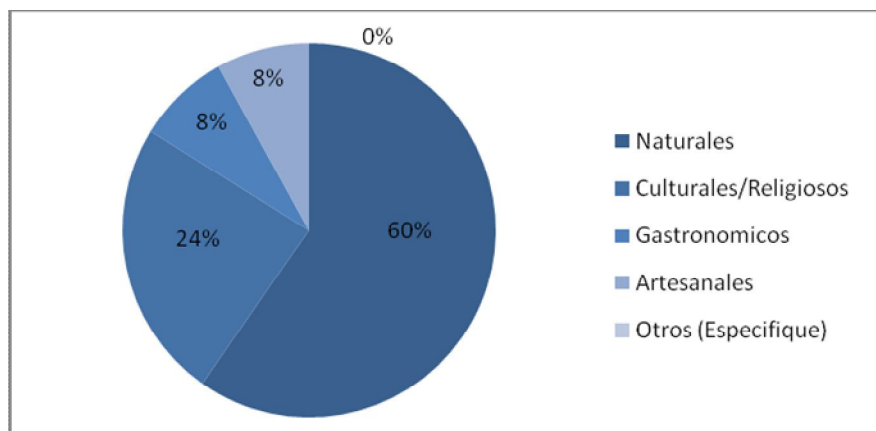
Esto nos muestra el optimismo que se percibe de parte de los habitantes para desarrollar el turismo y tomarlo como fuentes de ingresos alternativos.

PREGUNTA N° 2: SI SU RESPUESTA A LA PREGUNTA ANTERIOR ES AFIRMATIVA. ¿CUÁLES CONSIDERA UD. SON LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS TURISTICOS A POTENCIAR EN EL MUNICIPIO DE HUIZUCAR?

OBJETIVO: Identificar los principales atractivos turísticos con los que cuenta el municipio de Huizucar para desarrollar ideas de creación de centros turísticos en la zona.

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|-----------------------|------------|----------------|
| Naturales | 175 | 59% |
| Culturales/Religiosos | 75 | 25% |
| Gastronómicos | 24 | 8% |
| Artesanales | 24 | 8% |
| Otros (Especifique) | 0 | 0% |
| TOTALES | 298 | 100% |

GRAFICO DE RESPUESTAS N°2



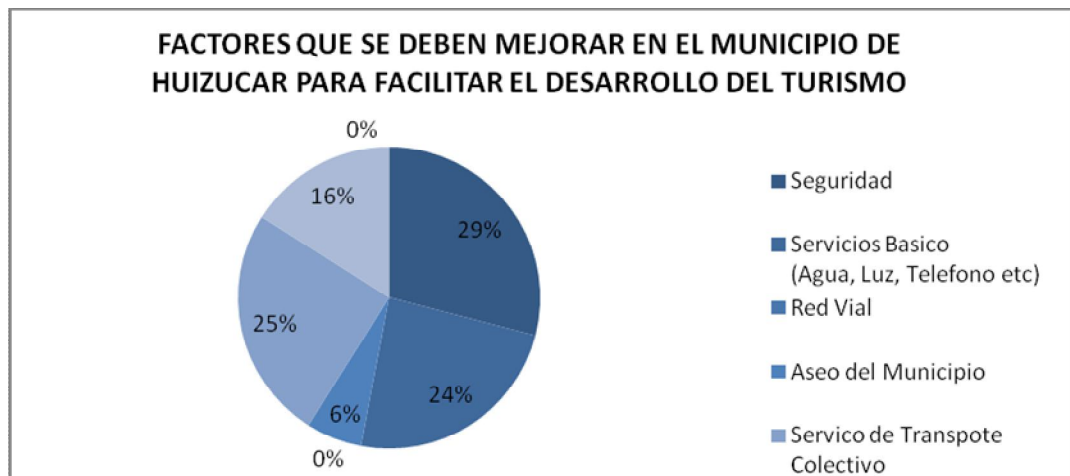
ANALISIS: Del total de personas encuestadas el 59% está de acuerdo que el principal atractivo turístico a explotar en Huizucar es el natural, seguido de un 25% que opina que son los atractivos culturales y religiosos, el 8% opina que la gastronomía y por último el 8% dijo que los atractivos artesanales del lugar.

PREGUNTA N° 3: ¿QUÉ TIPO DE FACTORES CONSIDERA UD. DEBEN MEJORARSE EN EL MUNICIPIO DE HUIZUCAR PARA FACILITAR EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES TURISTICAS?

OBJETIVO: Conocer los factores que se deben mejorar en el municipio de Huizucar para facilitar el desarrollo de actividades turísticas en la zona.

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|--|------------|----------------|
| Seguridad | 109 | 29% |
| Servicios Básicos (Agua, Luz, Teléfono etc.) | 90 | 24% |
| Red Vial | 0 | 0% |
| Aseo del Municipio | 23 | 6% |
| Servicio de Transporte Colectivo | 93 | 25% |
| Publicidad | 60 | 16% |
| Otros (Especifique) | 0 | 0% |
| TOTALES | 375 | 100% |

**GRAFICO DE RESPUESTAS
N°3**



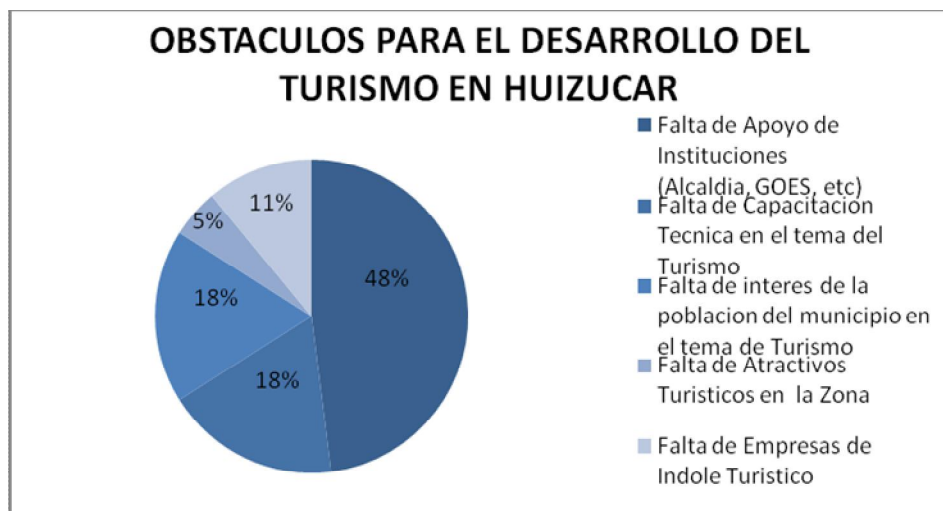
ANALISIS: Del total de personas encuestadas el 29% dice que el principal factor que se debe mejorar es la seguridad, seguido de un 25% que dice que es el servicio de transporte colectivo ya que este es muy deficiente, el 24% dice que son los servicios básicos del municipio, el 16% dice que no hay suficiente publicidad, y el 6% dice que no hay un adecuado aseo del municipio.

PREGUNTA N° 4: INDIQUE CUALES FACTORES CONSIDERA UD. COMO LOS PRINCIPALES OBSTACULOS QUE ENFRENTA EL MUNICIPIO DE HUIZUCAR PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS.

OBJETIVO: Identificar los diferentes obstáculos que enfrenta el municipio de Huizucar para el desarrollo de actividades turísticas que se realizan en la ciudad.

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|--|------------|----------------|
| Falta de Apoyo de Instituciones (Alcaldía, GOES, etc.) | 152 | 48% |
| Falta de Capacitación Técnica en el tema del Turismo | 57 | 18% |
| Falta de interés de la población del municipio en el tema de Turismo | 57 | 18% |
| Falta de Atractivos Turísticos en la Zona | 16 | 5% |
| Falta de Empresas de Índole Turístico | 35 | 11% |
| TOTALES | 317 | 100% |

GRAFICO DE RESPUESTAS N°4



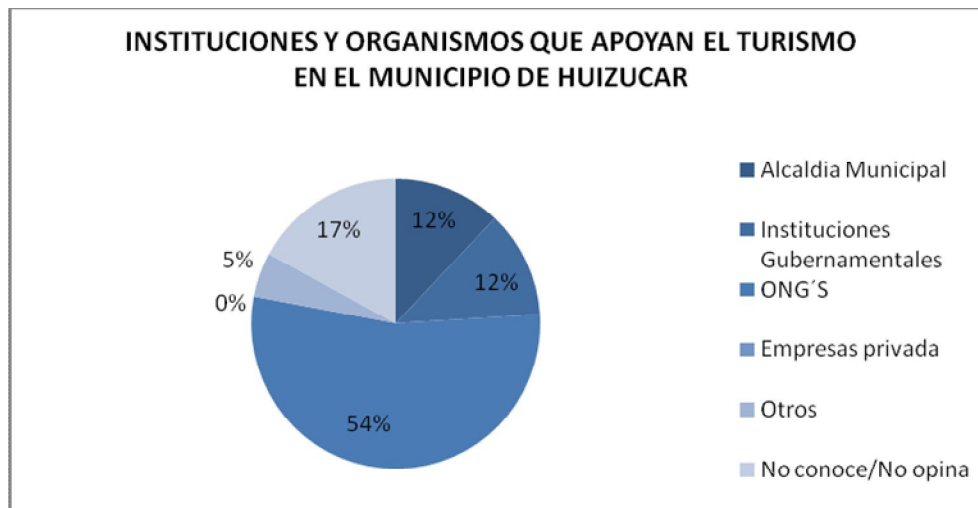
ANALISIS: Del total de personas encuestadas el 48% dice que el principal obstáculo se da por la falta de apoyo de la instituciones, seguido del 18% que dice que es por la falta de capacitación técnica en el tema de turismo, el otro 18% dice que se da por la falta de interés de la población en el tema de turismo, el 11% dice que hay falta de empresas de índole turístico finalmente el 5% dice que hay falta de atractivos turísticos en la zona.

PREGUNTA N° 5:¿QUÉ INSTITUCIONES Y/U ORGANISMOS CONOCE UD. QUE APOYAN EL DESARROLLO DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE HUIZUCAR?

OBJETIVO: Conocer las instituciones u organismos que pretenden ayudar al desarrollo del turismo en el municipio de Huizucar.

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|-------------------------------|------------|----------------|
| Alcaldía Municipal | 32 | 12% |
| Instituciones Gubernamentales | 32 | 12% |
| ONG´S | 145 | 54% |
| Empresas privada | 0 | 0% |
| Otros | 14 | 5% |
| No conoce/No opina | 46 | 17% |
| TOTALES | 269 | 100% |

GRAFICO DE RESPUESTAS N°5



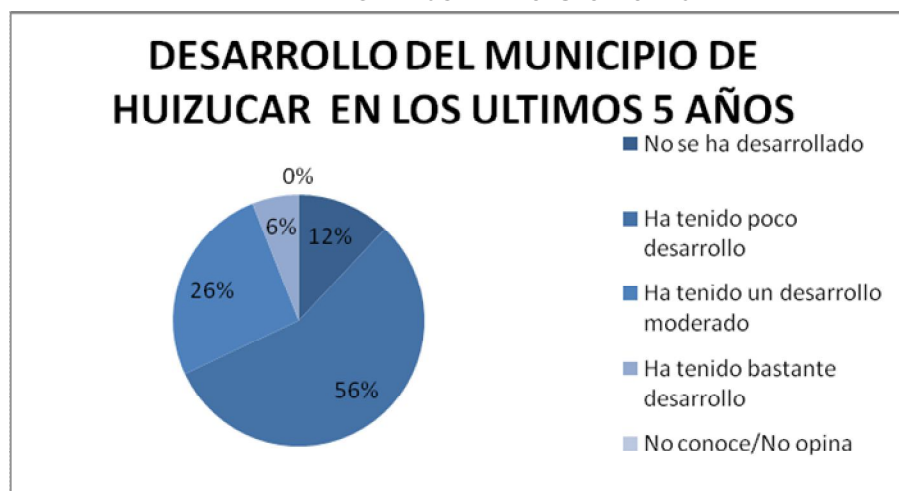
ANALISIS: Del total de personas encuestadas el 54% dice que las ONG´S son su principal fuente de apoyo, seguido del 17% que dice que no conoce ninguna institución que este apoyando el turismo en el municipio, el 12% dice que tiene conocimiento de instituciones de gobierno, el otro 12% que la alcaldía municipal y finalmente el 5% dice que otros.

PREGUNTA N° 6: ¿CÓMO CONSIDERA UD. EL DESARROLLO DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE HUIZUCAR EN LOS ULTIMOS 5 AÑOS?

OBJETIVO: Analizar la opinión de los habitantes del municipio de Huizucar respecto al desarrollo del mismo durante los últimos 5 años.

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|----------------------------------|------------|----------------|
| No se ha desarrollado | 29 | 12% |
| Ha tenido poco desarrollo | 134 | 56% |
| Ha tenido un desarrollo moderado | 62 | 26% |
| Ha tenido bastante desarrollo | 15 | 6% |
| No conoce/No opina | 0 | 0% |
| TOTALES | 240 | 100% |

GRAFICO DE RESPUESTAS N°6



ANALISIS: Del total de personas encuestadas el 12% opinan que el municipio de Huizucar no se ha desarrollado, el 56% dice que ha tenido poco desarrollo, el 26% que ha tenido un desarrollo moderado y tan solo el 6% dice que ha tenido bastante desarrollo.

PREGUNTA N° 7: ¿CONSIDERA UD. QUE EL TURISMO PODRIA SER UNA ALTERNATIVA ADECUADA PARA EL DESARROLLO LOCAL DEL MUNICIPIO DE HUIZUCAR?

OBJETIVO: Conocer la opinión de los habitantes de Huizúcar respecto a considerar si el turismo podría ser una alternativa adecuada para el desarrollo local en el municipio de Huizúcar.

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|----------------|------------|----------------|
| si | 235 | 98% |
| no | 5 | 2% |
| TOTALES | 240 | 100% |

GRAFICO DE RESPUESTAS N°7



ANALISIS: En el sondeo realizado respecto a la pregunta si el turismo sería una alternativa adecuada para el desarrollo del municipio de Huizúcar tenemos que el 98% de la población dice que el turismo podría ser una alternativa adecuada y el 2% opino que no.

III – CONTENIDO FUNCIONAL.

PREGUNTA N° 1: ¿HA PARTICIPADO UD. ALGUNA VEZ EN ALGÚN TIPO DE PROYECTO ENFOCADO A LA PROMOCIÓN DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE HUIZUCAR?

OBJETIVO: Identificar si los habitantes de Huizucar han participado en algún proyecto enfocado a la promoción del turismo en el municipio.

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|----------------|------------|----------------|
| Si | 120 | 50% |
| No | 120 | 50% |
| TOTALES | 240 | 100% |

GRAFICO DE RESULTADOS N° 1



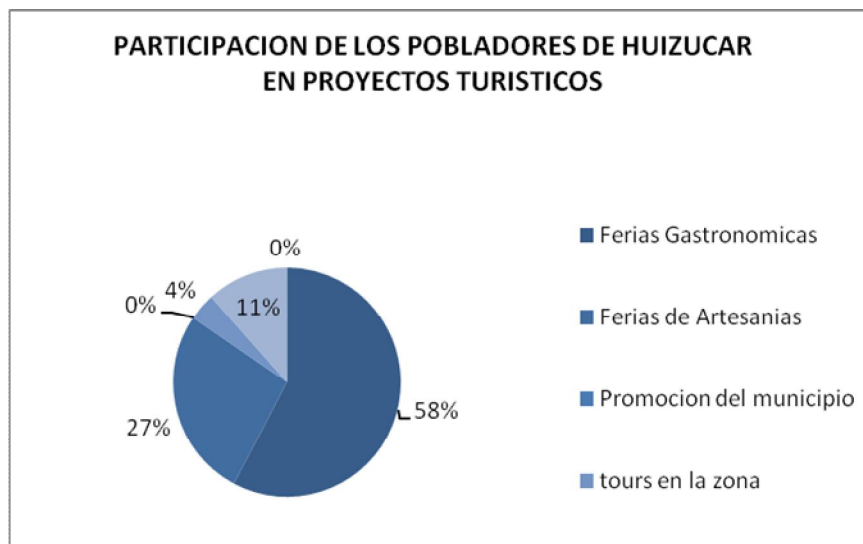
ANALISIS: Del total de habitantes encuestados el 50% asegura haber participado en algún proyecto enfocado al turismo en el municipio, mientras que el otro 50% dice que aún no ha tenido la oportunidad de participas en dichos eventos.

PREGUNTA N° 2: SI SU RESPUESTA A LA PREGUNTA ANTERIOR ES AFIRMATIVA. ¿EN QUE TIPO DE PROYECTO PARTICIPÓ?

OBJETIVO: Conocer en qué tipo de proyectos de carácter turístico se han visto involucrados los pobladores del municipio de Huizucar con la finalidad de indagar acerca de los conocimientos que poseen sobre el área del turismo.

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|------------------------------------|------------|----------------|
| Ferias Gastronómicas | 70 | 57% |
| Ferias de Artesanías | 33 | 27% |
| Promoción del municipio | 0 | 0% |
| tours en la zona | 5 | 4% |
| Eventos Deportivos/Entretenimiento | 14 | 12% |
| Otros | 0 | 0% |
| TOTALES | 122 | 100% |

GRAFICO DE RESULTADOS N° 2



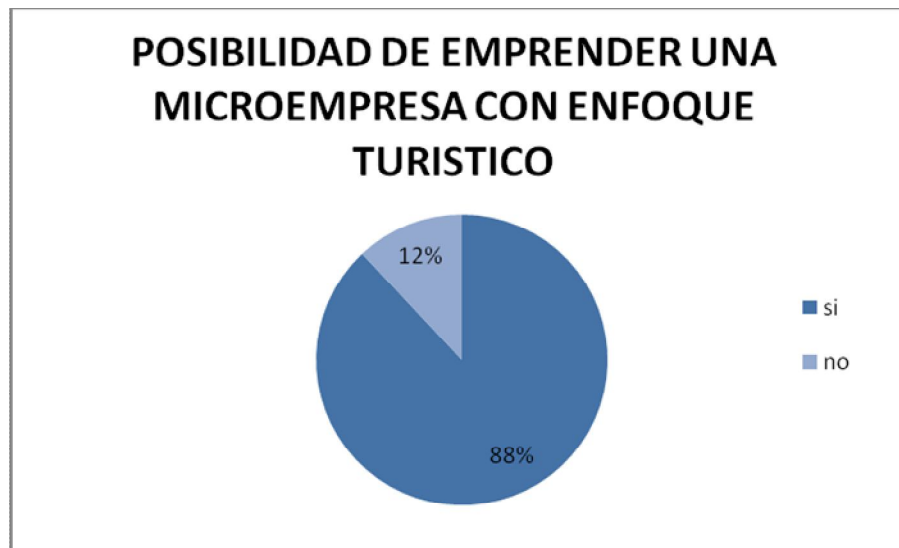
ANALISIS: Del total de encuestados se pudo observar que predomina la participación en festivales de tipo gastronómico con un 57%, seguido del 27% en ferias de artesanías, el 12% en eventos deportivos o entretenimiento y el 4% en tours por la zona.

PREGUNTA N° 3: ¿CONSIDERARÍA UD. LA POSIBILIDAD DE EMPRENDER UNA MICROEMPRESA CON ENFOQUE TURISTICO EN EL MUNICIPIO DE HUIZUCAR?

OBJETIVO: Conocer las expectativas de los pobladores de huizucar respecto a la formación de su propia micro o pequeña empresa turística.

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|----------------|------------|----------------|
| si | 211 | 88% |
| no | 29 | 12% |
| TOTALES | 240 | 100% |

GRAFICO DE RESULTADOS N° 3



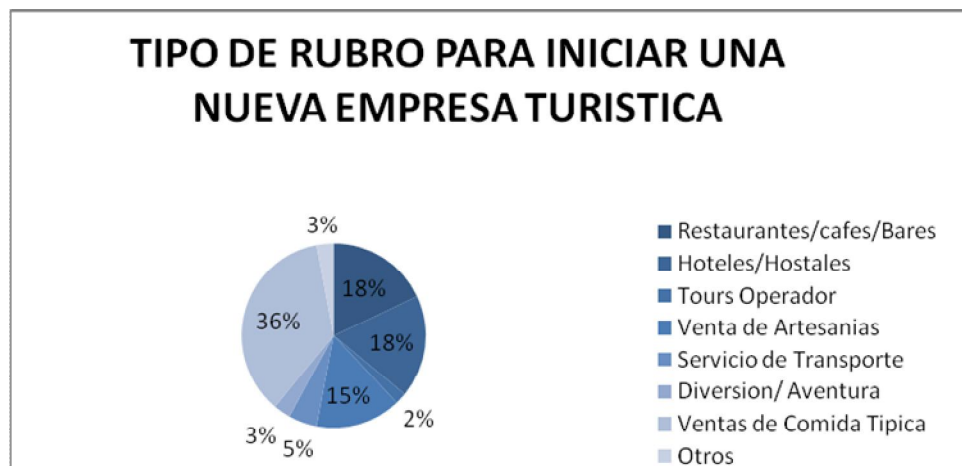
ANALISIS: Del total encuestado se puede observar que el 88% esta considerando formar una micro o pequeña empresa turística mientras que el 12% restante piensa que son pocas las posibilidades o nulas.

PREGUNTA N° 4: ¿EN QUE TIPO DE RUBRO TURISTICO LE GUSTARIA INICIAR SU MICROEMPRESA?

OBJETIVO: Identificar los rubros de carácter turístico en los cuales muestran más interés los pequeños emprendedores y así poder proveer su fortalecimiento a través de ideas de capacitación para su área de desempeño.

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|--------------------------|------------|----------------|
| Restaurantes/cafés/Bares | 53 | 18% |
| Hoteles/Hostales | 53 | 18% |
| Tours Operador | 6 | 2% |
| Venta de Artesanías | 44 | 15% |
| Servicio de Transporte | 15 | 5% |
| Diversión/ Aventura | 9 | 3% |
| Ventas de Comida Típica | 104 | 36% |
| Otros | 9 | 3% |
| TOTALES | 293 | 100% |

GRAFICO DE RESULTADOS N° 4



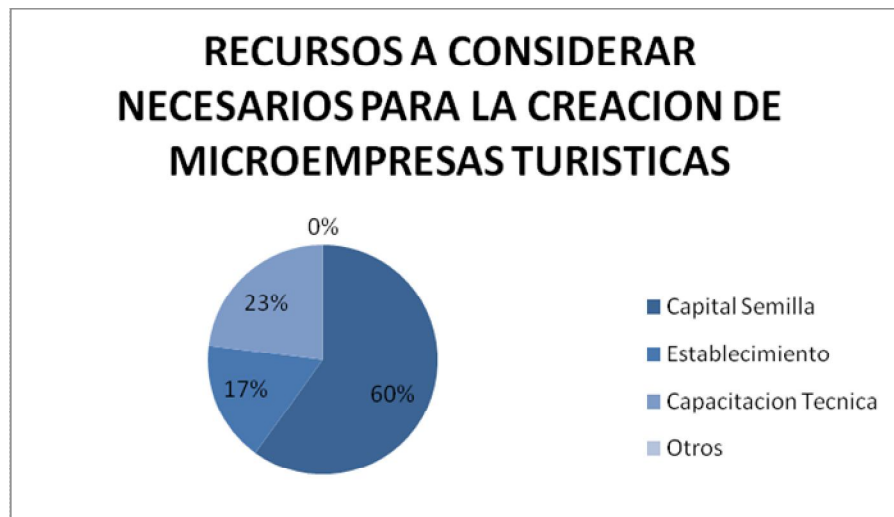
ANALISIS: Del total de encuestados el 36% dijo que le gustaría iniciar su negocio en rubro de comida típica, seguido de la idea de iniciar un negocio como restaurantes/cafés o bares, de igual manera otro 18% le gustaría iniciar empresa de Hotel/Hostales, el 15% se inclina por las ventas de Artesanías, el 5% en servicio de Transporte turístico, el 3% en diversión y aventura, el 2% en tours operador y finalmente el 3% dijo que en otros.

PREGUNTA N°5: ¿QUÉ TIPO DE RECURSOS CONSIDERA UD. NECESARIOS PARA INICIAR UNA MICROEMPRESA EN LA ZONA?

OBJETIVO: Identificar a criterio de los pobladores que tipo de recursos son necesarios para la creación de microempresas turísticas en el municipio de Huizucar.

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|----------------------|------------|----------------|
| Capital Semilla | 190 | 60% |
| Establecimiento | 54 | 17% |
| Capacitación Técnica | 73 | 23% |
| Otros | 0 | 0% |
| TOTALES | 317 | 100% |

GRAFICO DE RESULTADOS N° 5



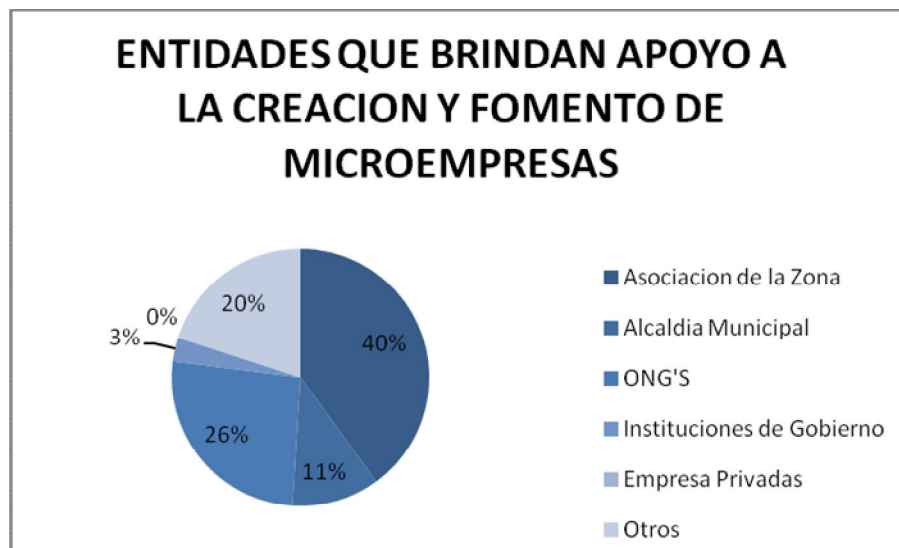
ANALISIS: Del universo encuestado se observa en el grafico que el 60% opina que el recurso más interesante en la creación de microempresas es el capital semilla, seguido de un 23% que opina que es la capacitación técnica y el 17% restante dice que es la necesidad de contar con un establecimiento.

PREGUNTA N° 6: ¿CUÁLES SON LAS ENTIDADES QUE UD. CONOCE BRINDAN APOYO A LA CREACIÓN Y FOMENTO DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EN EL MUNICIPIO DE HUIZUCAR?

OBJETIVO: Identificar cuáles son las entidades con las que actualmente se encuentran identificadas los pobladores del municipio de Huizucar que brindan apoyo a la creación de microempresas en Huizucar.

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|---------------------------|------------|----------------|
| Asociación de la Zona | 96 | 40% |
| Alcaldía Municipal | 26 | 11% |
| ONG'S | 62 | 26% |
| Instituciones de Gobierno | 8 | 3% |
| Empresa Privadas | 0 | 0% |
| Otros | 48 | 20% |
| TOTALES | 240 | 100% |

GRAFICO DE RESULTADOS N° 6



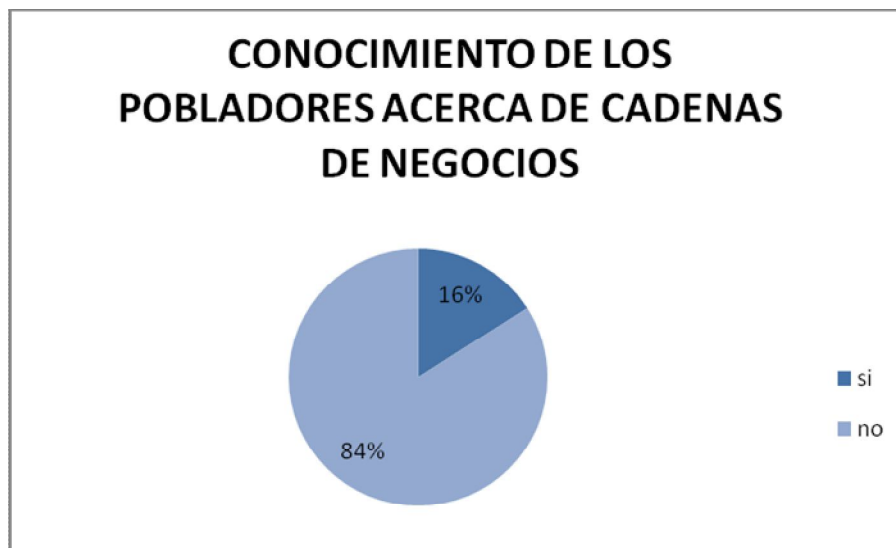
ANALISIS: Del total de pobladores encuestados el 40% asegura que la principal entidad que brinda apoyo a la creación de microempresas turísticas es la Asociación de la zona, seguido de un 26% que expresa que son las ONG'S, un 20% dice que otros, un 11% dice que la Alcaldía Municipal y únicamente un 3% dice ser apoyado por las instituciones de gobierno.

PREGUNTA N° 7: ¿CONOCE UD. EN QUE CONSISTE UNA CADENA DE NEGOCIOS?

OBJETIVO: identificar si los pobladores de Huizucar poseen algún tipo de conocimiento acerca de la formación de cadenas de negocios turísticos.

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|----------------|------------|----------------|
| si | 38 | 16% |
| no | 202 | 84% |
| TOTALES | 240 | 100% |

GRAFICO DE RESULTADOS N° 7



ANALISIS: Del total de personas encuestadas el 84% dice no tener conocimientos acerca de lo que son las cadenas de negocios turísticos contra un 16% que expresa que si posee conocimientos.

PREGUNTA N° 8: ¿CONSIDERARIA UD. PARTICIPAR EN CADENAS DE NEGOCIOS QUE IMPLIQUEN MANTENER RELACIONES DIRECTAS CON OTRAS MICRO O PEQUEÑAS EMPRESAS, TOMANDO EN CUENTA QUE PODRIAN TRAER BENEFICIOS PARA AMBAS PARTES?

OBJETIVO: Conocer acerca del interés que tienen los habitantes del municipio de Huizucar respecto a la participar en cadenas de negocios que impliquen mantener relaciones con otras empresas teniendo en cuenta que se verían beneficiadas ambas partes.

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|----------------|------------|----------------|
| Si | 206 | 86% |
| No | 34 | 14% |
| TOTALES | 240 | 100% |

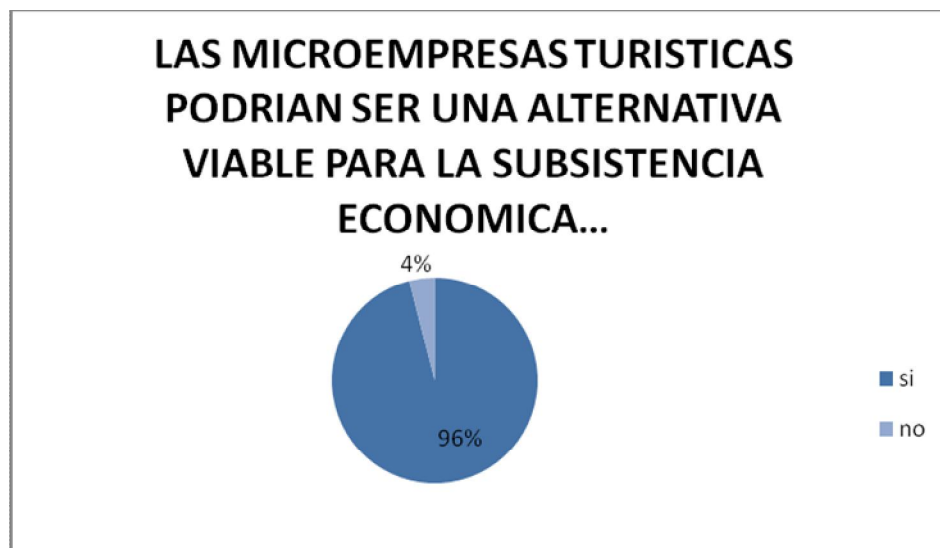


ANALISIS: Del total de personas encuestadas el 86% de las personas está de acuerdo en participar en cadenas de negocios por los beneficios que les traerían, mientras que el 14% dice no estar de acuerdo en integrarse a las cadenas de negocios.

PREGUNTA N° 9: ¿CONSIDERA UD. QUE LA PUESTA EN MARCHA DE MICROEMPRESAS TURISTICAS EN EL MUNICIPIO DE HUIZUCAR PODRÍA SER UNA ALTERNATIVA VIABLE PARA LA SUBSISTENCIA ECONÓMICA DE LOS HABITANTES DE LA ZONA?

OBJETIVO: Analizar si la puesta en marcha de las microempresas turísticas podría ser la alternativa más viable para la subsistencia económica de los habitantes del municipio.

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE (%) |
|----------------|------------|----------------|
| Si | 230 | 96% |
| No | 10 | 4% |
| TOTALES | 240 | 100% |



ANALISIS: Del total de personas encuestadas, el 96% está de acuerdo en que las microempresas turísticas podrían ser una alternativa viable en la subsistencia del municipio, mientras que un 4% dice que no sería una buena alternativa.

ANEXO 3: SEGMENTACIÓN TERRITORIAL DE LA ZONA DE TRABAJO DE ACUA

