

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



Universidad de El Salvador

Hacia la libertad por la cultura

DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIALIZACIÓN PARA EL INCREMENTO DEL ECOTURISMO DE LA FINCA SAN JORGE, A TRAVÉS DE LA ASOCIACIÓN NUEVO AMANECER DE EL SALVADOR; UBICADA EN EL MUNICIPIO DE SAN JULIÁN, DEL DEPARTAMENTO DE SONSONATE.

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR:

ALVARADO ROSALES, HÉCTOR MAURICIO

LEMUS HURTADO, ALEJANDRO JOSÉ

MIRANDA ARÉVALO, ANA MIRIAN

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DICIEMBRE 2009

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector : Máster Rufino Antonio Quezada Sánchez

Secretario General : Lic. Douglas Vladimir Alfaro Chávez

Facultad de Ciencias Económicas

Decano : Máster. Roger Armando Arias Alvarado

Secretario : Ingeniero José Ciriaco Gutiérrez Contreras

Docente Director : Lic. Abraham Vásquez Sánchez

Coordinador de Seminario : Lic. Rafael Arístides Campos

Docente Observador : Lic. Alfonso López Ortiz

Diciembre 2009

San Salvador

El Salvador

Centro América

AGRADECIMIENTOS

Primeramente a Dios todopoderoso, que a lo largo de mi vida ha sabido darme sabiduría la misma que me ha servido en las situaciones difíciles de esta vida, A Mi madre, María Maura Rosales la mejor madre que se puede tener, este logro es gracias a ella, a Mi padre Marcial Alvarado (Q.D.D.G.), que siempre me cuidó desde arriba en el cielo, A todos y cada uno de los Catedráticos y profesores que en toda mi educación me formaron con instinto crítico, y amante del conocimiento, y a toda mi familia, compañeros de tesis Mirian y Alejandro, a mis amigos y amigas que siempre estuvieron conmigo apoyándome que citarlos acá no basta para demostrarles mi agradecimiento pero ellos saben que toda una vida es poco para agradecerles, y por último a mi Amadísima esposa por la comprensión y el apoyo que me brindó.

Héctor Mauricio Alvarado Rosales

A Dios Todopoderoso por permitirme culminar mi carrera, esfuerzo que dedico especialmente a mi madre Mercedes Ascencio y a mi abuela Domitila Ascencio, que con su esfuerzo y sacrificio me han guiado en la vida, brindándome su incondicional amor, apoyo y comprensión, a mi hermana y hermanos, a mis tías y tíos, que me apoyaron durante todo este proceso de aprendizaje en la universidad, a mis amigas y amigos que me animaron a continuar, a mis compañeros y amigos de tesis por su disposición, apoyo y trabajo en equipo para la realización de este trabajo y lograr una de nuestras metas.

Ana Mirian Miranda Arévalo.

A Dios todopoderoso por darme la oportunidad de culminar mi carrera con éxito, ya que sin él nada de esto habría sido posible. A mi padre, Julio Lemus Segura (Q.D.D.G.) por ser mi ejemplo a seguir, a mi madre Berta Alicia Vda. De Lemus, por su incondicional apoyo y amor, a mi hermana Isabel y mi sobrina Gaby por su apoyo y cariño, a mis amigos por estar siempre a mi lado, ya que son parte importante en mi vida y finalmente a mis compañeros de tesis por todo el esfuerzo y dedicación que entregaron en este trabajo, pero sobre todo por brindarme su sincera amistad.

Alejandro José Lemus Hurtado

Al Licenciado Abraham Vásquez Sánchez y al Licenciado Alfonso López Ortiz por el apoyo incondicional en la elaboración del presente trabajo, ya que el tiempo y el lugar no eran impedimentos para sus asesorías y direcciones en concretar con éxito un paso más de nuestra vida profesional, A la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador y La Alcaldía del Municipio de San Julián, por su colaboración brindada y a todos aquellos que ayudaron a que este proyecto sea posible

Héctor, Mirian y Alejandro

ÍNDICE

RESUMEN	I
INTRODUCCIÓN	III

CAPÍTULO I

MARCO DE REFERENCIA DE LA FINCA SAN JORGE, MUNICIPIO DE SAN JULIÁN, SONSONATE Y GENERALIDADES DEL TURISMO, ECOTURISMO, PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y COMERCIALIZACIÓN

A.	GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE SAN JULIÁN	1
B.	MARCO DE REFERENCIA DE LA FINCA SAN JORGE	2
1.	ANTECEDENTES	2
2.	ACTIVIDADES PRINCIPALES QUE REALIZA LA FINCA	3
3.	UBICACIÓN GEOGRÁFICA	5
C.	GENERALIDADES DEL TURISMO A NIVEL MUNDIAL	6
1.	CONCEPTO	6
2.	IMPORTANCIA	7
3.	CLASIFICACIÓN DEL TURISMO	9
a.	TURISMO TRADICIONAL	10
b.	TURISMO ALTERNATIVO	10
4.	TIPOS DE TURISTAS	11
D.	ECOTURISMO EN EL SALVADOR	13
1.	DEFINICIÓN DE ECOTURISMO	13
2.	HISTORIA DEL ECOTURISMO EN EL SALVADOR	14
3.	IMPORTANCIA DEL ECOTURISMO EN EL SALVADOR	15
a.	ÁMBITO SOCIAL	15
b.	ÁMBITO ECONÓMICO	16

c.	ÁMBITO AMBIENTAL	16
d.	ÁMBITO CULTURAL	16
4.	PRINCIPIOS DEL ECOTURISMO	16
5.	DIFERENCIA DEL ECOTURISMO CON OTROS TIPOS DE TURISMO	18
6.	INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES QUE APOYAN EL ECOTURISMO	20
a.	MINISTERIO DE TURISMO	20
b.	CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO (CORSATUR)	21
c.	INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO (ISTU)	22
d.	CÁMARA SALVADOREÑA DE TURISMO (CASATUR)	23
e.	POLICÍA DE TURISMO DE EL SALVADOR (POLITUR)	24
f.	MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES (MARN)	25
E.	GENERALIDADES DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	26
1.	PLANEACIÓN	26
2.	CLASIFICACIÓN DE LOS PLANES	27
3.	ESTRATEGIA	29
4.	NIVELES DE ESTRATEGIAS	30
A.	ESTRATEGIA EN EL ÁMBITO CORPORATIVO	30
B.	ESTRATEGIA DE LA UNIDAD DE NEGOCIOS	31
C.	ESTRATEGIA EN EL ÁMBITO FUNCIONAL:	31
D.	ESTRATEGIA OPERATIVA	32
5.	DISEÑO DE ESTRATEGIAS	32
6.	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	33
7.	OBJETIVOS	34
8.	IMPORTANCIA	36
9.	PROPÓSITO DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	37
10.	NATURALEZA DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	38
11.	CARACTERÍSTICAS DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	39
12.	ELEMENTOS DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	40
13.	MODELO DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	42

a.	ANÁLISIS DE LA MISIÓN	42
b.	ESTABLECIMIENTOS DE OBJETIVOS	42
c.	DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO	43
d.	FACTORES CLAVES DE ÉXITO	47
e.	DISEÑO DE ESTRATEGIAS	48
f.	IMPLANTACIÓN DE ESTRATEGIAS	48
g.	CONTROL Y EVALUACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO	49
F.	GENERALIDADES DE COMERCIALIZACIÓN	51
1.	ANTECEDENTES	51
2.	CONCEPTO	52
3.	IMPORTANCIA	53
4.	OBJETIVO DE LA COMERCIALIZACIÓN	54
5.	MEZCLA DE MERCADEO	55
a.	PRODUCTO O SERVICIO	56
b.	PRECIO	56
c.	PLAZA	57
d.	PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD	60
6.	ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN	61
7.	PLANIFICACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN	62

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL ECOTURISMO DE LA FINCA SAN JORGE, MUNICIPIO DE SAN JULIÁN, DEPARTAMENTO DE SONSONATE

A.	IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN	63
B.	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	64
1.	GENERAL	64
2.	ESPECÍFICOS	64
C.	METODOLOGÍA UTILIZADA PARA LA INVESTIGACIÓN	65

1.	MÉTODO	65
a.	INDUCTIVO	65
b.	DEDUCTIVO	65
2.	TIPO DE INVESTIGACIÓN	66
3.	TIPO DE DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	66
4.	FUENTES DE RECOLECCIÓN DE DATOS	67
a.	PRIMARIOS (DIRECTAS):	67
b.	SECUNDARIAS:	68
5.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	68
a.	ENCUESTA	68
b.	ENTREVISTA	69
c.	OBSERVACIÓN DIRECTA	69
6.	DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y TAMAÑO DE LA MUESTRA	70
a.	UNIVERSO	70
b.	MUESTRA	71
7.	ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN	73
8.	PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	73
a.	TABULACIÓN	73
b.	ANÁLISIS DE DATOS	74
D.	DESCRIPCIÓN DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL	75
1.	PLANEACIÓN	75
a.	ESTRATEGIA	76
b.	PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	76
2.	COMERCIALIZACIÓN	77
a.	ANÁLISIS DE LA DEMANDA	77
b.	ANÁLISIS DE LOS ATRACTIVOS ECO TURÍSTICOS DE LA FINCA SAN JORGE	79
c.	ANÁLISIS DE LA OFERTA	80
d.	MERCADO META	81
e.	MEZCLA DE MERCADO	83

f.	ANÁLISIS F.O.D.A.	87
g.	ANÁLISIS DE LA PARTICIPACIÓN DEL GOBIERNO LOCAL	90
E.	ALCANCE Y LIMITACIONES	92
1.	ALCANCE	92
2.	LIMITACIONES	93
F.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	94
1.	CONCLUSIONES	94
2.	RECOMENDACIONES	96

CAPÍTULO III

PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIALIZACIÓN QUE CONTRIBUYA AL INCREMENTO DEL ECOTURISMO EN LA FINCA SAN JORGE A TRAVÉS DE LA ASOCIACIÓN NUEVO AMANECER, UBICADA EN EL MUNICIPIO DE SAN JULIÁN, DEPARTAMENTO DE SONSONATE

A.	IMPORTANCIA	98
B.	OBJETIVOS	99
1.	GENERAL	99
2.	ESPECÍFICOS	99
C.	DISEÑO DE UN MODELO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICO	100
1.	FORMULACIÓN DE LA MISIÓN	100
2.	FORMULACIÓN DE LA VISIÓN	100
3.	POLÍTICAS	101
4.	MERCADO META	102
5.	MEZCLA ESTRATÉGICA DE COMERCIALIZACIÓN	103
a.	PRODUCTO	103
A.1.	OBJETIVO DEL PRODUCTO	103
A.2.	ESTRATEGIA DEL PRODUCTO	104
A.3.	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO QUE OFRECE LA FINCA SAN JORGE	104

A.4 CARACTERÍSTICAS REQUERIDAS PARA EL PRODUCTO	112
B. PRECIO	113
B.1 OBJETIVO DEL PRECIO	113
B.2 ESTRATEGIAS DEL PRECIO	113
B.3 ACCIONES	114
C. PLAZA	115
C.1 OBJETIVO DE LA PLAZA:	115
C.2 ESTRATEGIAS DE LA PLAZA:	116
C.3 ACCIONES:	117
D. PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	131
D.1 OBJETIVO ESTRATÉGICO	131
D.2 ESTRATEGIAS	131
D.3 ACCIONES:	132
E. MATRIZ FODA	141
F. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN	142
G. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN DEL PROYECTO	143
H. DEFINICIÓN DEL HORIZONTE DE TIEMPO	144
I. EVALUACIÓN Y CONTROL DEL PLAN	144
1. EVALUACIÓN	144
2. CONTROL	144
J. COMO SE FINANCIARÁ EL PROYECTO	145
K. CRONOGRAMA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA	146
BIBLIOGRAFÍA	147
ANEXOS	

ANEXO No. 1

CUESTIONARIO DIRIGIDO A TURISTAS

ANEXO No. 2

TABULACIÓN TURISTAS

ANEXO No. 3

ENTREVISTA DIRIGIDA A LA DIRECTORA DE LA ASOCIACIÓN NUEVO AMANECER DE EL SALVADOR

ANEXO No. 4

ENTREVISTA DIRIGIDA AL ENCARGADO DE LA FINCA SAN JORGE, SAN JULIÁN

ANEXO No. 5

ENTREVISTA DIRIGIDA A PERSONAL EJECUTIVO DE LA ALCALDÍA DEL MUNICIPIO DE SAN JULIÁN

ANEXO No. 6

COTIZACIÓN VALLAS PUBLICITARIAS POR PARTE DE LA EMPRESA ANUNCIADORA SALVADOREÑA, S.A. DE C.V.

ANEXO No. 7

COTIZACIÓN CAPACITACIONES A IMPARTIR AL PERSONAL DE LA FINCA SAN JORGE.

ANEXO No. 8

COTIZACIÓN BROCHURES POR PARTE DE ROBERTO CHANG, ENCARGADO EMPRESA PRODUCCIÓN PUBLICITARIA

ANEXO No. 9

COTIZACIÓN MANTENIMIENTO Y ACTUALIZACIÓN DE PAGINA WEB POR PARTE DE LA EMPRESA SISTEMAS SV.

ANEXO No. 10

COTIZACIÓN PUBLICACIÓN EN REVISTA REVUE, PARA ANUNCIO PUBLICITARIO DE LA FINCA SAN JORGE

RESUMEN

La investigación realizada fue sustentada con base a objetivos claros y factibles que guiaron el desarrollo de la misma, a la vez, fue necesario el establecimiento de una metodología que garantizará los resultados, análisis y síntesis, que pudiera ser de base para poder plantear las conclusiones y recomendaciones.

Se presenta un Plan Estratégico de Comercialización para la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador, para incrementar el ecoturismo de la finca San Jorge, en el Municipio de San Julián, Departamento de Sonsonate; que nace a raíz de promover el ecoturismo en la zona y de esa forma generar ingresos para contribuir con los proyectos sociales que tiene la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador; Así mismo, mostrar a la población en general que turismo, no sólo implica visitar turicentros o playas, sino también convivir con la naturaleza en un ambiente de armonía y equidad.

La metodología empleada para la presentación de esta propuesta se fundamenta en la aplicación del método científico con la finalidad de responder de manera objetiva a la problemática planteada. El tipo de investigación utilizada fue descriptiva teniendo como propósito narrar situaciones y eventos, recolectando datos para describir en forma general el fenómeno investigado. Así mismo, el diseño de la investigación es no experimental, ya que la investigación se realizó sin manipular deliberadamente las variables, por lo cual han sido observadas en su contexto natural para analizarlas posteriormente.

Por otro lado, cabe mencionar, que las fuentes de recolección de datos para la obtención de información se realizó a través de fuentes primarias y secundarias, que dieron como resultado un mejor panorama de la situación actual mediante observación directa, entrevistas realizadas e información obtenida de las encuestas dirigidas a turistas que reflejan las características y exigencias que requieren para visitar un lugar ecoturístico y que es posible satisfacer.

Finalmente, de esta manera planteamos las conclusiones y recomendaciones respectivas, para luego elaborar una propuesta de un plan estratégico de comercialización, para que los beneficios sean una realidad, como un aporte a la Asociación Nuevo Amanecer a la explotación del potencial que posee la finca San Jorge y contribuir al incremento del ecoturismo en la zona, beneficiando a la población habitante del lugar, brindar a los turistas una alternativa diferente de entretenimiento y financiar proyectos sociales que tiene la Asociación.

INTRODUCCIÓN

Toda institución debe procurar el éxito de sus proyectos, utilizando herramientas que le garanticen su buen desarrollo, ejecución y funcionamiento para poder alcanzar los objetivos propuestos, utilizando estrategias para llevar a cabo planes de acción que resulten más efectivos, de acuerdo a las circunstancias del medio que le rodea.

Por tanto, Este trabajo pretende dar un aporte a la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador, como una herramienta que contribuya a la toma de decisiones para la promoción e incremento de los servicios ecoturísticos de la Finca San Jorge.

En el Primer Capítulo se presentan las generalidades de esta investigación, tales como; marco de referencia de la finca San Jorge en la que se plantean los antecedentes, sus principales actividades, la ubicación geográfica y generalidades del municipio de San Julián, así como también se exponen las premisas básicas acerca del turismo, el ecoturismo y de la planeación estratégica.

En el Segundo Capítulo se desarrolló un diagnóstico sobre la situación actual, con el objetivo de utilizar la información y los resultados obtenidos de las encuestas y entrevistas realizadas a las principales fuentes para poder determinar los factores que influyen actualmente en la explotación del ecoturismo.

El Tercer Capítulo presenta la “Propuesta de un Plan Estratégico de Comercialización para el incremento del Ecoturismo de la finca San Jorge, a través de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador; ubicada en el municipio de San Julián, del departamento de Sonsonate”.

Finalmente, como grupo de investigación se asumió el compromiso de presentar este trabajo a la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador, como un documento que pueda ser implementado para el incremento del ecoturismo y que permita garantizar el crecimiento del proyecto en sí, brindando además una herramienta para la toma de decisiones.

CAPÍTULO I

MARCO DE REFERENCIA DE LA FINCA SAN JORGE, MUNICIPIO DE SAN JULIÁN, SONSONATE Y GENERALIDADES DEL TURISMO, ECOTURISMO, PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y COMERCIALIZACIÓN.

A. GENERALIDADES DEL MUNICIPIO DE SAN JULIÁN

El Municipio de San Julián, ubicado a 40 Km. de la capital, con una población de 18,648¹ habitantes. Está limitado al Norte por Izalco y Armenia, al Este por Armenia y Tepecoyo, (Departamento de la Libertad), al Sur por Santa Isabel Ishuatán y Cuisnahuat, al Oeste por Cuisnahuat y Caluco. Este se divide en 9 cantones y 30 caseríos, forma parte de la zona central del departamento de Sonsonate. El acceso al municipio es por una carretera pavimentada, que sale de la carretera Sonsonate-Colón. El casco urbano del municipio es pequeño, cuenta con los servicios básicos: agua, energía eléctrica, aguas negras, tren de aseo, teléfono, internet, correos, puesto de policía y Juzgado de Paz.

Durante la administración doctor Manuel Enrique Araujo y por Decreto Legislativo del 24 de abril de 1912, se elevó al rango de villa el pueblo de San Julián Cacaluta². está situado en la montañosa Costa del Bálsamo, es de origen yaqui o pipil y su fundación se remonta a los oscuros

¹ Censo Poblacional 2007, DYGESTYC

² Alcaldía de San Julián

años de la época precolombina. Su nombre autóctono, Cacaluta, significa en idioma náhuatl "la ciudad de los cuervos" o "lugar de guaras", pues proviene de las palabras cacálut, que significa "cuervo" o "guara", y ta, desinencia de lugar. Dentro de las principales actividades productivas de los habitantes del municipio se encuentran: La agricultura (cultivos de maíz, frijol, caña de azúcar, extracción y comercialización del bálsamo, entre otros) y la ganadería.

Las fiestas patronales del municipio se celebran del 22 al 28 de enero en honor a San Julián Obispo, donde se desarrollan actividades relacionadas a las costumbres y tradiciones del lugar, donde la gente del municipio o visitantes se incorporan a la celebración de las mismas.

B. MARCO DE REFERENCIA DE LA FINCA SAN JORGE

1. ANTECEDENTES

La Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador(ANADES), y que se encuentra ubicada en la Colonia el Triunfo, San Ramón del Municipio de Mejicanos; surgió en 1990 como una institución humana de inspiración cristiana, sin fines de lucro, surgida de las comunidades eclesiales de base, especialmente con el propósito de promover el desarrollo integral de las familias y comunidades, mediante una acción pastoral que permita enfrentar desde una óptica cristiana los retos de la sociedad, enfocándose principalmente en la niñez por el impacto causado por la guerra que se vivió en la década de 1980. Esto se convirtió en una prioridad para la Asociación en revertir esta situación y contribuir al desarrollo físico e intelectual de la niñez, a través de la

implementación de un Programa de Educación integrado por 5 centros de desarrollo infantil ubicados en San Salvador, Usulután y Perquín, con la finalidad de brindar una atención integral para la población infantil en edad pre-escolar.³

Después de la firma de los Acuerdos de Paz en 1992, la Asociación notó como poco a poco fue mermando la ayuda internacional a estos proyectos, por lo que fue necesario crear sus propias fuentes de financiamiento, para mantener los proyectos sociales existentes.

La Asociación con el fin de garantizar el funcionamiento del Programa de Educación, adquirió en el 2001 la finca San Jorge que consta de 108.75 manzanas equivalentes a 76.12 hectáreas y se encuentra ubicada en el Cantón Peña Blanca, jurisdicción del municipio de San Julián, departamento de Sonsonate.

2. ACTIVIDADES PRINCIPALES QUE REALIZA LA FINCA

La finca San Jorge como un componente del Programa de Sostenibilidad de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador, es un proyecto denominado “Alternativa ecológica para la producción sostenible y explotación del ecoturismo”, proyecto que tiene como finalidad garantizar el desarrollo especialmente del café y la producción agropecuaria con productos no tradicionales y técnicas orgánicas; al igual que impulsar un proceso educativo agroecológico capaz de generar

³ Ibarra Barraza, Ernesto. (Octubre 2008). “Informe final de la evaluación del Proyecto Finca San Jorge. Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador.

conciencia sobre la importancia de la diversificación agrícola orgánica que permita fortalecer el desarrollo integral de las comunidades⁴.

Principalmente, este proyecto contempla la puesta en marcha de actividades productivas para la generación de recursos económicos capaces de apoyar el funcionamiento de los centros infantiles especialmente el Centro Hogar Alfonso Acevedo de San Salvador y los Centros Infantiles del Bajo Lempa, Usulután; Más sin embargo, la generación de ingresos de la finca, se ha logrado a través de proyectos agroecológicos, pero éstos no han brindado la rentabilidad requerida para dar cobertura a las necesidades del Programa de Educación.

En resumen, podemos mencionar las actividades productivas que se realizan en la finca San Jorge: de las zonas destinadas a cultivos en la finca se puede decir que el 71% de la finca contiene zonas cultivadas de café, un 80% de las zonas cultivadas de bálsamo en asocio con otros frutales, un 25% en las zonas cultivadas de árboles frutales y un 100% de las zonas cultivadas de granos básicos y hortalizas, permiten aseverar que son productivas casi en su totalidad⁵.

⁴ EQ Evaluaciones S.A. de C.V. (2006). Propuesta de Desarrollo Finca San Jorge, San Salvador. Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador.

⁵ CORSATUR. (2001). Plan estratégico para el desarrollo sostenible y sustentable del ecoturismo en El Salvador.

3. UBICACIÓN GEOGRÁFICA

La Finca San Jorge está ubicada en el Caserío San Jorge, Cantón Peña Blanca jurisdicción del Municipio de San Julián departamento de Sonsonate y se encuentra localizada a 5.5 kilómetros del Municipio de San Julián, sobre la carretera del mismo nombre que conduce a Cuisnahuat, su acceso se hace a 2 kilómetros de la intersección en el desvío a la altura del sitio conocido como la Cuevona hacia el Cantón El Balsamar.

La finca está localizada al sur oeste del municipio de Cuisnahuat y al noroeste del Complejo de los Volcanes Izalco, Cerro Verde y Santa Ana, zona de gran valor turístico a nivel nacional y del que forma parte una gran área natural protegida aledaña a la finca, que incluye los territorios de Plan de Amayo, Los Farallones y El Balsamar, zonas que fusionadas hacen un total aproximado de 1560 Hectáreas de gran belleza escénica para el desarrollo del ecoturismo; y a la fecha no explotadas por el turismo nacional, regional e internacional, por falta de condiciones, facilidades para la atención y recepción de visitantes.⁶

⁶ EQ Evaluaciones S.A. de C.V. (2006). Propuesta de Desarrollo Finca San Jorge, San Salvador. Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador.

C. GENERALIDADES DEL TURISMO A NIVEL MUNDIAL

1. CONCEPTO

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) con sede en Madrid, España; turismo es “El conjunto de actividades de producción y consumo a las que dan lugar determinados desplazamientos seguidos de al menos una noche pasada fuera del domicilio habitual siendo el motivo del viaje el recreo, los negocios, la salud, o la participación en una reunión profesional, deportiva o religiosa”.⁷

“Es el conjunto de integraciones humanas como: transporte, hospedaje, diversión, enseñanza derivadas de los desplazamientos humanos transitorios, temporales de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones”⁸.

“Es la suma de las relaciones y prestaciones de servicios que se derivan de los desplazamientos humanos voluntariamente efectuados de una manera temporal y por razones diferentes, tanto de los negocios como de las consideraciones profesionales”⁹

⁷ Organización Mundial del Turismo: http://www.unwto.org/index_s.php

⁸ Méndez Henríquez, Aida María y otros (2004). Propuesta de Plan de Mercadeo Turístico para la Micro-región de los Nonualcos. El Salvador.

⁹ <http://www.es.encarta.msn.com/>

Por tanto, turismo es todo aquello que comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios o por salud.

2. IMPORTANCIA

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

En cuanto a, la cultura, es realmente el canal dentro del campo de la tarea de la empresa turística, pues la cultura es el término que determina el imán que poseen las regiones para el turismo en lo relacionado a su geografía, historia, costumbres y tradiciones, folklore y artesanías.

Por tanto, el turismo es un factor muy relevante en la actualidad dado que está adquiriendo una creciente importancia económica en El Salvador, con el apoyo y la definición de políticas nacionales para el fortalecimiento del sector, siendo éste un aporte al mejoramiento de las condiciones de sus habitantes, generando empleo, sean éstos directos o indirectos, lo cual trae

consigo beneficios para el lugar en general, permitiendo el desarrollo de nuevas dinámicas económicas territoriales que revalorizan los recursos naturales y la cultura de las zonas.

De esta forma se puede generalizar y decir, que el turismo es la industria del futuro de todos aquellos países en vías de desarrollo que sepan aprovechar al máximo todos sus recursos y en nuestro país la explotación del potencial con que cuentan los municipios.

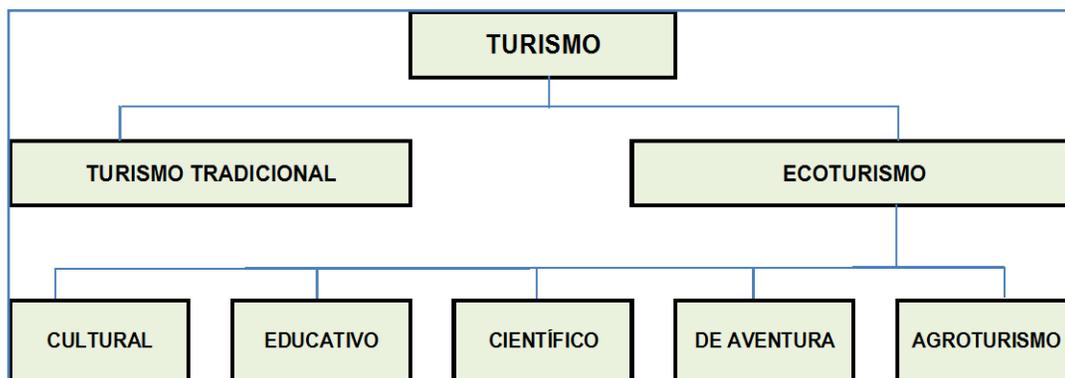
Entre los ejemplos de turismo a nivel mundial se puede resaltar, el de Costa Rica, según el secretario general de la Organización Mundial de Turismo (OMT), catalogó el día 18/06/2009 en el marco de inauguración de la VIII reunión del Comité de Ética Mundial de Turismo a Costa Rica como un "ejemplo mundial" en la implementación de políticas de turismo responsable y de "iniciativas en temas de sostenibilidad y medio ambiente". Así mismo considera que "Los países deben apegarse a los principios del turismo, como lo hace Costa Rica, para poder promocionarse a nivel mundial como destino que ofrece valores agregados así como promover la inversión turística que le permita ofrecer nuevos atractivos al turista"¹⁰.

¹⁰ Pueblo en Línea: <http://spanish.peopledaily.com.cn/31620/6682456.html> (junio 2009)

3. CLASIFICACIÓN DEL TURISMO¹¹

El turismo es una industria que ha ido creciendo a grandes pasos con el correr del tiempo generando grandes impactos ambientales, sociales y políticos. Hay diferentes formas de practicar el turismo: una se orienta casi exclusivamente a la comodidad y satisfacción del turista, la otra en cambio tiene como fin que el turista conozca realmente el destino que ha ido a visitar, interiorizándose de los problemas de esa región, cuidando el medio ambiente y entablando relaciones con las personas de origen, disfrutando de forma responsable.

FIGURA Nº 1
CLASIFICACIÓN DEL TURISMO



Fuentes: Wearing, Stephen; John Neil. "Ecoturismo: Impacto, Tendencias y Posibilidades".

¹¹ Wearing, Stephen y John Neil. (1999). "Ecoturismo: Impacto, Tendencias y Posibilidades": Síntesis. Madrid, España.

a. TURISMO TRADICIONAL

Hasta hace relativamente poco tiempo, la única forma de practicar el turismo era de forma convencional, que incluía tres elementos indispensables: el sol, el mar y la arena.

En un principio el concepto de turismo también era un tanto limitado; se le definía como el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y estancia de personas fuera de su lugar de domicilio, donde dichos desplazamientos no estén motivados por una actividad lucrativa y su estancia deba ser temporal.

Así mismo, otros autores, manifiestan que el turismo representa un uso particular del tiempo libre y la forma propia de recreación, pero no incluye todos los usos del uso del tiempo libre, ni todas las formas de recreación.

b. TURISMO ALTERNATIVO

En la década de 1980, empezó a surgir una nueva tendencia como una alternativa del turismo tradicional, como un modelo que representa en su función un cambio estructural y un frente a los problemas que genera el turismo de masas en el deterioro del medio ambiente natural y cultural.

Durante los últimos años se ha denominado como ese tipo de turismo, al que incluye toda una alternativa de viajes conocidas y practicadas por ciertos sectores de la sociedad, que se apartan de las características del turismo masivo y convencional, apunta que por lo general el eco turista viaja de manera independiente, aunque frecuentemente lo hace como parte de un grupo

organizado en un paquete especializado de viaje y que por lo general es pequeño, en comparación a los del turismo convencional.

Por tanto, se ha considerado que el ecoturismo es un esfuerzo por enriquecer la conservación a través de viajar responsablemente.

4. TIPOS DE TURISTAS¹²

Se puede definir como turista aquella persona que se traslada de su domicilio habitual a otro punto geográfico, estando ausente de su lugar de residencia habitual por un período temporal.

CUADRO N° 1
TIPOS DE TURISTAS

Tipo	Turismo internacional	Turismo interno
Residente	12 meses consecutivos	6 meses consecutivos
Visitante	Menos de 1 año	Menos de 1 año
Turista	Al menos 1 pernoctación	Al menos 1 pernoctación
Excursionista	Menos 24h sin pernoctar	Menos 24h sin pernoctar

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

¹² Geografía del Turismo: <http://html.rincondelvago.com/geografia-del-turismo.html>

Por tanto, es probable que el turismo siga creciendo en cuanto a personas e ingresos, pero existen factores que deben tomarse en cuenta tales como: cambios en cuanto a la demanda, exigencia del turista, el poder adquisitivo, estancia en el lugar, entre otros.

Por otro lado, se puede clasificar al turista dependiendo del tipo de turismo que prefiera como turista tradicional y el eco turista; el primero es aquel turista convencional que disfruta de la estancia y el lugar, que la mayoría de las personas esperan de su viaje diversión, descanso, estar en contacto con la naturaleza, conocer exóticos destinos y famosas construcciones, pero muchas veces parece que estos maravillosos lugares fueran sitios de paso, como postales sin historia, sin pasado y sin futuro, sin gente, especialmente diseñados para una buena fotografía, es así como se genera el turismo consumista y negativo.

Mientras que el eco turista, es aquel turista responsable, que abarca todos los destinos turísticos, disminuyendo el impacto negativo y aumentando los beneficios de las localidades. Hace que el viajero sepa qué es lo que está consumiendo, a quién favorece con su consumo y a quién perjudica; que conozca la situación política del lugar donde se encuentra y que se interese por las diferencias económicas de los residentes, eligiendo dónde va su dinero y también respetando su cultura y se interesa por la conservación de los recursos naturales.

D. ECOTURISMO EN EL SALVADOR

1. DEFINICIÓN DE ECOTURISMO

La Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) define al ecoturismo, como “un segmento de la actividad turística que utiliza, de manera sustentable el patrimonio natural y cultural, incentiva su conservación y busca la formación de una conciencia ambiental a través de la interpretación del medio ambiente, promoviendo el bienestar de las comunidades involucradas”.¹³

Según Wearing, Stephen se puede definir el ecoturismo como “una alternativa del turismo tradicional, en el cuál se convive en armonía con la naturaleza y el medio ambiente, procurando su conservación”¹⁴.

Según Ceballos-Lascurain (1987), el ecoturismo es aquel " turismo que consiste en realizar viajes a áreas naturales relativamente sin disturbar o sin contaminar, con el objetivo específico de estudiar, admirar y gozar el panorama, junto con sus plantas y animales silvestres y, asimismo, cualquier manifestación cultural (pasado y presente) que se encuentre en estas áreas"¹⁵

Por otro lado, la definición que sobre esta clase de turismo brinda la Unión Mundial para la Naturaleza (UICN), que por ser completa, se desglosará su contenido para resaltar cada uno de los principales

¹³ CORSATUR. (2001). Plan estratégico para el desarrollo sostenible y sustentable del ecoturismo en El Salvador.

¹⁴ Wearing, Stephen; John Neil. (1999) “Ecoturismo: Impacto, Tendencias y Posibilidades”. Edit. Síntesis, España. Pág. 24.

¹⁵ Ceballos-Lascuráin, Héctor. (1987). *Estrategia Nacional de Ecoturismo para México*.

puntos: Es "aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental y cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales"¹⁶.

Básicamente se puede decir, que es la interrelación del turista y su entorno natural o cultural turístico, siendo el ecoturismo una buena práctica para el turista responsable por la naturaleza ya que se respeta al máximo todo lo natural mientras que se disfruta de la estancia, contribuyendo a su conservación.

2. HISTORIA DEL ECOTURISMO EN EL SALVADOR

En El Salvador, el desarrollo ecoturístico inicia en el año de 1949 con la creación del Parque Nacional Balboa y La Puerta del Diablo.

Asimismo, el 1950 se inaugura el Parque Nacional Cerro Verde. Pero fue hasta 1974 que se creó la Unidad de Parques Nacionales y Vida Silvestre (PANAVIS), con el objetivo de identificar, evaluar y conservar las áreas naturales; así como también la dirección de patrimonio cultural identificó aquellas áreas con valor arqueológico, histórico y etnográfico a nivel nacional.

¹⁶ Unión Mundial para la Naturaleza: <http://www.iucn.org/>

Para el año de 1995, se creó la Ley Ambiental en El Salvador, con el fin de proteger los recursos naturales y en el año de 2002 fue nombrado por la Organización Mundial de Turismo (OMT) y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. (PNUMA), como el año internacional del Ecoturismo, en ese mismo año se Implementó el Plan Estratégico para el desarrollo sostenible y sustentable del ecoturismo en El Salvador.

3. IMPORTANCIA DEL ECOTURISMO EN EL SALVADOR¹⁷

La importancia del ecoturismo en El Salvador radica en el aporte que hace a la economía, a la cultura, a la sociedad y al medio ambiente, así como también a la comunidad ya que deben ser conscientes que se debe contribuir a no perjudicar la naturaleza ni fauna de la zona.

a. ÁMBITO SOCIAL

Promueve la participación de las comunidades, gobiernos locales, ONG'S y el gobierno central creando así, una mejor estructura comunal organizativa que coordine los esfuerzos en materia ecoturística. En ese sentido, el ecoturismo es visto como la actividad que puede contribuir a mitigar la pobreza a los habitantes de la zona, así como también proteger el patrimonio natural y cultural.

¹⁷ Carbajal Arias, Cecilia Etelvina. Diseño de plan estratégico de mercadeo para incrementar el desarrollo ecoturístico en el municipio de Santiago Nonualco, departamento de La Paz. UES 2009

b. ÁMBITO ECONÓMICO

El ecoturismo genera nuevas fuentes de empleo e ingresos a sus habitantes y gobierno municipal, así mismo contribuye a la diversificación de la economía local e incentivando la inversión, reduciendo así la pobreza.

c. ÁMBITO AMBIENTAL

Mantiene la supervivencia de entornos naturales amenazados y la recuperación, conservación, así como también crear conciencia tanto del eco turista como de los habitantes de la zona en el respeto al medio ambiente. Además, busca que el viaje que realiza el eco turista tenga un bajo impacto sobre el medio ambiente y pretende reducir el consumo de los recursos naturales.

d. ÁMBITO CULTURAL

Tiene como objetivo primordial rescatar y mantener la riqueza cultural y étnica de la zona, que fomente la identidad del lugar y que éste sirva como un atractivo turístico.

4. PRINCIPIOS DEL ECOTURISMO

La sinergia que se crea en torno a un proyecto turístico que cumple con los criterios de sostenibilidad es continua y sus efectos no son más que positivos, en cuanto a beneficios económicos y sociales tanto para el proyecto como para la comunidad, pueden ser palpables en lo inmediato, en cuanto a Maximizar los beneficios sociales y económicos para la comunidad y Minimizar los impactos

negativos, esto conlleva aplicar mucho más que los principios de la responsabilidad social, corporativa e integrando de esta manera a la comunidad en el proyecto turístico en sí mismo.

Por tanto el genuino ecoturismo debe seguir los siguientes siete principios¹⁸, tanto para quienes operan los servicios como para quienes participan.

1. Minimizar los impactos negativos, para el ambiente y para la comunidad, que genera la actividad.
2. Construir respeto y conciencia ambiental y cultural.
3. Proporcionar experiencias positivas tanto para los visitantes como para los anfitriones,
4. Proporcionar beneficios financieros directos para la conservación
5. Proporcionar beneficios financieros y fortalecer la participación en la toma de decisiones de la comunidad local,
6. Crear sensibilidad hacia el clima político, ambiental y social de los países anfitriones,
7. Apoyar los derechos humanos universales y las leyes laborales.

Con la aplicación de estos principios, no solo se contribuye a la sustentabilidad, la preservación y la apreciación del medio tanto natural como cultural, sino que también acoge a los viajeros. Pese a su corta existencia, el ecoturismo es visto por varios grupos conservacionistas, instituciones internacionales y gobiernos como una alternativa viable de desarrollo sostenible.

¹⁸ Kokopelli ecoturismo (2009). <http://www.kokopelli-travel.com/home/home.html>

5. DIFERENCIA DEL ECOTURISMO CON OTROS TIPOS DE TURISMO

En la práctica se presenta un problema para establecer lo que es turismo ecológico y lo que no es. Por un lado, existen varias definiciones de lo que es ecoturismo, pero que tampoco existe un órgano a nivel internacional que certifique tal actividad; y además, muchos de los turistas realizan en sus viajes actividades de ecoturismo combinadas con otras que no lo son.

Por otra parte, algunos gobiernos y empresas del sector turístico por conveniencia económica tratan el ecoturismo como el equivalente a cualquier clase de turismo basado en la naturaleza, pero el turismo de aventura, sol y playa, acampar, pesca o cualquier actividad turística de convivencia con la naturaleza no necesariamente es ecoturismo, en la mayoría de los casos es solamente turismo natural o turismo verde. Muchos de los que es mercadeado como ecoturismo a nivel mundial, realmente es solo “ecoturismo leve”¹⁹.

Más bien, se puede decir que el turismo ecológico o ecoturismo es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la sustentabilidad, la preservación y la apreciación del medio tanto natural como cultural que acoge a los viajantes. Mientras que por otro lado, está el turismo verde, como el turismo de aventura que tiene como objetivo principal el fomento de las actividades de aventura en la naturaleza, generalmente es un tipo de turismo que implica la exploración o el viaje a áreas remotas, donde el viajero puede esperar lo inesperado y se relaciona directamente con los

¹⁹ Kokopelli ecoturismo (2009). <http://www.kokopelli-travel.com/home/home.html>

deportes de riesgo o aventura, donde la gente tiene por objetivo pasar momentos de adrenalina a costo de un porcentaje de riesgo.

Básicamente, según algunos autores, el ecoturismo se puede desglosar en tres fases²⁰:

Primera fase: Se lleva a cabo en áreas verdes, complementa el viaje sin dañar, disturbar y contaminar.

Segunda fase: Una amplia gama de actividades que comprende a un número determinado de personas con gran variedad de interés en la naturaleza, además se lleva a cabo en ecosistemas y ambientes naturales, favoreciendo el conocimiento y aprendizaje, considerada como una actividad de bajo impacto.

Tercera fase: Disfrutar, aprovechar y preservar el medio ambiente, visitar áreas naturales, se lleva a cabo en áreas culturales poco desarrolladas, genera beneficios económicos, genera ventajas sociales, reencuentro entre el ser humano y la naturaleza, favorece el conocimiento y aprendizaje de la naturaleza y la cultura, medio de supervivencia del hombre por el hombre mismo, desarrollo económico equilibrado, planifica para evitar daños ambientales, participación de la comunidad, fomenta la paz, eleva la moral de los habitantes de la zona, brinda servicios turísticos, guarda un carácter financiero, es un mercado competitivo y cambiante, promueve la educación ambiental, fortalece el ordenamiento turístico.

²⁰ <http://www.uaemex.mx/plin/psus/rev1/a03.html>

Por tanto la diferencia radica principalmente que el ecoturismo pretende brindar resultados ventajosos a todas aquellas partes articuladas para la operatividad del mismo, entre los que se puede mencionar gobierno local, instituciones, empresarios, conservacionistas y residentes locales, con la finalidad de integrar la actividad turística- ecológica y socialmente sustentable, contribuyendo a la dinamización de la economía y al desarrollo local.

6. INSTITUCIONES GUBERNAMENTALES QUE APOYAN EL ECOTURISMO

En El Salvador existen diversas instituciones que a través de proyectos y programas están impulsando el desarrollo del sector turístico. A continuación se presentan algunas instituciones relacionadas a dicho sector:

a. MINISTERIO DE TURISMO²¹

El Ministerio de Turismo (MITUR) es la institución rectora en materia de turismo, le corresponde determinar y velar por el cumplimiento de la Política y Plan Nacional de Turismo, es creado el 1 de junio de 2004 con la finalidad de contribuir al desarrollo del turismo como una actividad económica primordial.

Básicamente, el objetivo de la creación del Ministerio de Turismo es incluir a este sector en la política nacional, para incentivar al sector turístico y darle la importancia, puesto que es una

²¹ Ministerio de Turismo de El Salvador. Página Web: www.elsalvadorturismo.gob.sv

actividad que ahora se está desarrollando en el país, contribuyendo a la conservación de los recursos, a la dinamización de la economía y la generación del empleo en el país.

Por otro lado, con la creación del Ministerio se ha realizado una reestructura entre las instituciones que apoyan al turismo, tal es el caso de la Corporación Salvadoreña del Turismo (CORSATUR), que pasa a integrar y formar parte del Ministerio. No así, el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), funcionando como una única dependencia del Ministerio de Turismo, pero funcionando de forma autónoma.

Más sin embargo, la Corporación Salvadoreña del Turismo (CORSATUR) sigue manteniendo su misión, visión y objetivos como institución.

b. CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO (CORSATUR)²²

La Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) es creada en 1996, como una entidad estatal descentralizada, como una institución gestora del desarrollo turístico del país, sus acciones están orientadas hacia la coordinación de esfuerzos intersectoriales que buscan contribuir a que el sector se convierta en una de las principales fuentes generadoras de empleo e ingresos que conduzcan al mejoramiento de las condiciones de vida de la población, en forma sostenible.

²² Ministerio de Turismo de El Salvador. Página Web: www.elsalvadorturismo.gob.sv

Asimismo, CORSATUR apoya a otras instituciones, públicas y privadas, en la promoción del rescate de los valores naturales, culturales e históricos del país con la finalidad de convertirlos en atractivos turísticos. CORSATUR es una entidad joven, nacida el 25 de Julio de 1996, por medio del Decreto Legislativo N° 779. Uno de los objetivos estratégicos de la organización, es gestionar el establecimiento de un marco regulatorio básico que permita el desarrollo de las actividades turísticas dentro de un ámbito ordenado, seguro y confiable.

CORSATUR, tiene como objeto ejecutar la Política y el Plan Nacional de Turismo a través de acciones que hagan de El Salvador un destino turístico sostenible, competitivo y referente en Centroamérica en coordinación con los diferentes actores de la Industria Turística, promocionando en el exterior todos los atractivos turísticos que El Salvador posee, busca vender el país como un destino turístico. Además desarrolla programas de capacitación que mejoren la cultura y calidad de los servicios turísticos y facilita la gestión con el sector privado en el desarrollo de proyectos turísticos.

c. INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO (ISTU)

El Instituto Salvadoreño de Turismo, fue creado en 1961 como una entidad de utilidad pública y autónoma encargado de la dirección de la actividad turística en El Salvador, pero que con la con la creación de CORSATUR, el ISTU redujo su responsabilidad a la promoción, recreación,

mantenimiento y administración de los “turicentros”, centros de esparcimiento creados por el estado con fines sociales para las clases populares del país²³.

Por tanto, la finalidad de éste Instituto, es desarrollar el Turismo Interno Nacional, a través de un sistema de Calidad Total en el servicio de los visitantes, fortaleciendo los valores morales de la población, para contribuir a la salud mental y a un sano esparcimiento; así como la protección y conservación de los recursos humanos por medio de una educación ambiental y la creación de proyectos de innovación para la modernización de la oferta turística.

Finalmente, este Instituto se encarga de proporcionar un servicio de recreación con calidad al público en general, a través de los diferentes Turicentros y Parques Nacionales; así como mantenerlos en óptimas condiciones, con el propósito de contribuir al sano esparcimiento de la familia Salvadoreña.

d. CÁMARA SALVADOREÑA DE TURISMO (CASATUR)²⁴

La Cámara Salvadoreña de Turismo, CASATUR, es una entidad apolítica, sin fines de lucro, que busca reunir en asociación a la totalidad de las empresas relacionadas con el sector turístico salvadoreño. Su objetivo es representar a los socios ante las autoridades, para facilitar soluciones políticas a los problemas comunes que aquejen al sector. No obstante, sus asociados no representan a la totalidad del sector turístico salvadoreño. La Cámara Salvadoreña de

²³ Javier Moreno, Gustavo Segura y Crist Inman. (1998). Turismo en El Salvador: El reto de la Competitividad.

²⁴ Cámara Salvadoreña de Turismo. página Web: www.casatur.org

Turismo, fue fundada en el año 1978 en pro del desarrollo turístico del país, para impulsar, promocionar y fomentar el Turismo, además es miembro de la Federación de Cámaras de Turismo de Centro América (FEDECATUR).

CASATUR, como ente desarrollador de Turismo agrupa a través de membresía de afiliación a dicha Cámara a todas las empresas grandes, medianas y pequeñas del sector para brindar apoyo en las diferentes áreas relacionadas al turismo. Además de Trabajar de manera conjunta con el Ministerio de Turismo para unificar esfuerzos entre la empresa privada y el Gobierno, con el objetivo de incrementar la participación del sector en el desarrollo económico y social del país, trabajando unidos la empresa privada y gobierno, contribuyendo así al fortalecimiento y unificación del sector turístico privado del país, apoyando y liderando el turismo nacional y centroamericano.

e. POLICÍA DE TURISMO DE EL SALVADOR (POLITUR)²⁵

La Policía de Turismo de El Salvador (POLITUR), es una división de la Policía Nacional Civil, nace con la finalidad de brindar seguridad, asistencia y orientación a los turistas, así como la protección del patrimonio cultural y turístico de El Salvador; contribuyendo así a elevar la imagen y cultura de El Salvador, como destino turístico a nivel internacional.

²⁵ Ministerio de Turismo de El Salvador. Página Web: www.elsalvadorturismo.gob.sv

Es así, que en el año 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. Fue en el año 2000, que se crea la División Policía Montada con su Departamento Turístico, en el año 2002 se conforma como División Policía de Turismo de la Policía Nacional Civil de El Salvador, por Decreto Legislativo y a finales del 2006 se fortalece POLITUR, con el convenio firmado PNC-MITUR el cual se encuentra vigente hasta la fecha, con el objetivo de convertirse en una División Policial especializada en materia de Seguridad Turística, coadyuvando a la prevención del delito garantizando la excelencia en el servicio al turista.

f. MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES (MARN)²⁶

El Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, nace con la finalidad de regular y promover la protección del ambiente y el uso racional de los recursos naturales a través del desarrollo de políticas, estrategias, marco normativo, legal y de otros instrumentos, mediante procesos participativos que propicien los cambios de comportamiento de la sociedad respecto a su interacción con la naturaleza y el desarrollo sostenible.

Básicamente, el Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN), tiene la función de dirigir una gestión ambiental efectiva a través de políticas y normas que en forma participativa y

²⁶ Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales. Página Web: www.marn.gob.sv

transparente que faciliten el desarrollo sostenible de la sociedad salvadoreña, así como también establecer las bases para armonizar el desarrollo social y económico con el manejo sostenible de nuestros recursos naturales, lo cual permitirá convertir dicha institución en un líder de la gestión ambiental salvadoreña.

E. GENERALIDADES DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Cada empresa debe saber escoger el plan que mejor se adecúe a su situación, a sus oportunidades, objetivos y recursos específicos sin dejar a un lado las oportunidades que se presenten en el medio para su crecimiento a corto plazo.

Para su mejor entendimiento se definirá a continuación separadamente la planeación y estrategias:

1. PLANEACIÓN

- “Es el proceso de establecer objetivos y escoger el medio más apropiado para el logro de los mismos, antes de emprender la acción a corto o largo plazo; es el punto en el que se desarrollan teóricamente los objetivos y resultados que tratará de obtener la empresa, sobre la base de su capacidad, recursos y productos o servicios a ofrecer como también al mercado y las condiciones externas.”²⁷

²⁷ Gómez Morfín, Joaquín. El control en la administración d empresas; Editorial Diana. 1ª Edición México

- Planeación es una de las etapas de la administración donde se establecen teóricamente los objetivos que pretende alcanzar una empresa a corto plazo y largo plazo tomando muy en cuenta su capacidad productiva o de servicios, los recursos con los que cuenta y los productos y servicios que ofrece al mercado.²⁸

- La planeación estriba en elegir misiones y objetivos y las acciones para llevar a cabo aquellas y alcanzar éstos y requiere que se tomen decisiones, esto es, elegir entre alternativas de futuros cursos de acción. Ningún plan real puede existir si no se toman decisiones, el compromiso de recursos humanos o materiales.²⁹

- Asimismo para Gómez Ceja (1994), planeación “es la función que tiene por objetivo fijar el curso concreto que ha de seguirse, estableciendo los principios que habrían que orientarlo, la secuencia de operaciones para realizarlo y las determinaciones de tiempo y números necesarios para su realización”

2. CLASIFICACIÓN DE LOS PLANES

Los planes que tienen aplicación en toda la organización y que establecen los objetivos generales de la empresa y buscan posicionar a la organización en términos de su entorno, son llamados

²⁸ Carbajal Arias, Cecilia Etelvina. Diseño de plan estratégico de mercadeo para incrementar el desarrollo ecoturístico en el municipio de Santiago Nonualco, departamento de La Paz. UES 2009

²⁹ Koontz, Harold. Administración Una perspectiva Global; Editorial Mc Graw Hill. 12ª edición México 2004. Pág. 31

planes estratégicos. Los planes que especifican los detalles de cómo serán logrados los objetivos generales, son llamados planes operacionales o tácticos.

Harold Koontz (2004) divide los planes en diferentes tipos o clasificaciones como se observa a continuación:

- **Propósitos o Misiones:** En la misión o propósito se identifica la función o tarea básica de una empresa o institución o de una parte de ésta.
- **Objetivos:** son los fines que se persiguen por medio de una actividad de una u otra índole.
- **Estrategias:** Es la determinación de los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y la adopción de cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para su cumplimiento.
- **Políticas:** son enunciados o criterios generales que orientan o encauzan el pensamiento de la toma de decisiones.
- **Procedimientos:** son planes por medio de los cuales se establece un método para el manejo de actividades futuras.
- **Reglas:** en las reglas se exponen acciones o prohibiciones específicas, no sujetas a la discrecionalidad de cada persona.
- **Programas:** son un conjunto de metas, políticas, procedimientos, reglas, asignaciones a seguir, recursos por emplear y otros elementos necesarios para llevar a cabo un curso de acción dado.

- **Presupuestos:** es la formulación de resultados esperados expresada en términos numéricos.

Por otro lado, Gómez Ceja (1994) clasifica los planes de la siguiente manera según su tipología:

- Según la clase de plan, es decir, sus objetivos, políticas a seguir, procedimientos, métodos, programas y presupuestos.
- Según los fines del plan, esto es, ya sean nuevos, vigentes o correctivos.
- Según el uso del plan, es decir, que sea para usarse una solo vez o varias veces.

3. ESTRATEGIA

- “Es un concepto antiguo cuya dicha palabra proviene del griego *Strategeia*, que significa el arte o ciencia de ser general. Los eficientes generales griegos tenían que dirigir un ejército, ganar y apropiarse territorios, proteger a las ciudades de invasiones, suprimir los enemigos y demás.
- Estrategia es la mejor forma que una empresa tiene para alcanzar los objetivos que se ha planteado; esta se debe ver como un plan que permita la mejor distribución de los recursos y medios disponibles para poder alcanzar los objetivos deseados.³⁰

³⁰ Carbajal Arias, Cecilia Etelvina. Diseño de plan estratégico de mercadeo para incrementar el desarrollo ecoturístico en el municipio de Santiago Nonualco, departamento de La Paz. UES 2009

- Determinación de la misión (o propósito fundamental) y de los objetivos básicos a largo plazo de una empresa, la adopción de cursos de acción y la asignación de los recursos necesarios para lograr estos fines³¹

El propósito de las estrategias es entonces, determinar y comunicar a través de un sistema de objetivos y políticas mayores, una descripción de lo que se desea que sea la empresa, las estrategias muestran la dirección y el empleo de los recursos y de esfuerzos. No tratan de delinear exactamente cómo debe cumplir la empresa sus objetivos, pero es una referencia útil para guiar el pensamiento y la acción de la empresa.

4. NIVELES DE ESTRATEGIAS

En plan estratégico representa el funcionamiento de una estrategia para la organización y gira en torno a ella. La planificación estratégica es el proceso para producirlas y para actualizarlas de acuerdo a sus necesidades.

Al hablar de estrategias es preciso señalar cuatro niveles.³²

a. Estrategia en el ámbito corporativo:

Es formulada por la alta dirección para vigilar los intereses y las operaciones de organizaciones que están compuestas por más de una línea de negocios.

³¹ Koontz, Harold. Administración Una perspectiva Global; Editorial Mc Graw Hill. 12ª edición México 2004. Pág. 156

³² Stanton y Charles Furtrell; Fundamentos de Mercadotecnia; 8ª Edición McGraw Hill. Pág. 46.

La estrategia corporativa se refiere a los movimientos de una compañía diversificada para establecer posiciones empresariales en industrias diferentes y las acciones y enfoques que se usa para dirigir sus negocios diversificados, comprende cuatro tipos de iniciativas como los son:

1. Hacer los movimientos necesarios para lograr la diversificación
2. Iniciar acciones para elevar el rendimiento combinado de los negocios en los que se ha diversificado la compañía
3. Encontrar formas de capturar la sinergia entre unidades de negocio relacionadas y transformarla en ventaja competitiva, y
4. Establecer prioridades de inversión y dirigir los recursos corporativos hacia las unidades de negocio más atractivas.

b. Estrategia de la unidad de negocios:

Se refiere a la administración de los intereses y las operaciones de una línea particular de negocios. Se preocupa por los movimientos y enfoques que crea la dirección para obtener rendimiento con éxito en una línea de negocio, la cuestión principal de la estrategia de negocio es cómo construir una posición competitiva más fuerte a largo plazo.³³

c. Estrategia en el ámbito funcional:

Crea un marco para los gerentes que están a cargo de función, para que pongan en práctica las estrategias de la unidad de negocios y las de la empresa. Así, las estrategias en el ámbito

³³ Strickland, Dirección y Administración Estratégicas. 6ª edición Mc Graw Hill. 1998. Pág. 41

funcional completan la jerarquía de las estrategias. Los planes operativos, siguen las estrategias en el ámbito funcional.

La estrategia funcional se refiere al plan de actuación directiva para desarrollar una importante actividad funcional en un negocio: investigación y desarrollo, producción, mercadotecnia, servicio a clientes, distribución, finanzas, recursos humanos, etc. Una empresa necesita una estrategia funcional por cada actividad funcional importante.

d. Estrategia operativa:

Consiste en el plan de acción para dirigir las unidades clave de la organización dentro de un negocio como lo son departamentos de ventas, centros de distribución entre otros, y para manejar las tareas operativas estratégicamente importantes, compras, inventarios, campañas publicitarias, etc.

5. DISEÑO DE ESTRATEGIAS

La formulación de una estrategia lleva consigo el crítico asunto gerencial de cómo lograr resultados planificados con relación a la situación y las expectativas de la organización, los objetivos son los “fines” y la estrategia es el “medio” para alcanzarlos.³⁴ En realidad, la estrategia es una herramienta gerencial directiva para lograr los objetivos estratégicos. La tarea de formular

³⁴ Strickland, Dirección y Administración Estratégicas. 6ª edición Mc Graw Hill. 1998. Pág. 7

una estrategia empieza con un estricto análisis de las situaciones interna y externa de la organización.

Por otro lado, para Kenichi Ohmae³⁵ menciona que para elaborar cualquier estrategia de negocios deben tenerse muy en cuenta los tres principales: la corporación misma, el cliente y la competencia, cada una de estos tres factores es una entidad viviente con sus propios intereses y objetivos, llamado “El Triángulo Estratégico”

En última instancia, una estrategia se define por la manera en que la corporación se esfuerza por distinguirse, de forma positiva, de sus competidores, empleando sus puntos relativamente fuertes para lograr mejor satisfacción de las necesidades del cliente.

6. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

- “La planeación estratégica es el punto de partida para el cumplimiento de los objetivos de la organización, a través de planes de negocios sólidos y estrategias con base a un análisis de la situación actual del mercado; tomando en consideración los recursos y oportunidades con que cuenta.

- La planificación estratégica es el proceso de desarrollo y mantenimiento de ajuste estratégico entre los objetivos de la organización, sus peculiaridades y las cambiantes oportunidades del

³⁵ Ohmae, Kenichi. “La mente del estratega” 2ª edición Mc Graw Hill. 2004. Pág. 67

mercado en el que opera. Conlleva la definición de una misión de empresa clara, el establecimiento de objetivos detallados, el diseño de una cartera de negocios adecuada y coordinada de estrategias funcionales.³⁶

- “Es un proceso que inicia con el establecimiento de metas, define estrategias y políticas para lograr estas metas, y desarrollar planes detallados para asegurar la implantación de las estrategias y así obtener los fines buscados”³⁷

- El proceso por el cual los miembros guía de una organización prevén su futuro y desarrollan los procedimientos u operaciones necesarias para alcanzarlo”

- La planeación estratégica es la etapa donde los altos dirigentes de una empresa plantean los objetivos, definen su misión, visión, políticas y establecen sus metas ha alcanzar en un periodo de corto plazo; en conclusión es aquí donde se toman las decisiones.³⁸

7. OBJETIVOS

Los objetivos son los fines importantes a los que se dirigen las actividades organizacionales e individuales. Un objetivo es verificable cuando al final del periodo es posible determinar si el objetivo se cumplió o no. ³⁹

³⁶ Kotter, Phillip Marketing Décima Edición España 2004. Pág. 43

³⁷ Steiner, George A. Planeación Estratégica. México 1998.

³⁸ Carbajal Arias, Cecilia Etelvina. Diseño de plan estratégico de mercadeo para incrementar el desarrollo ecoturístico en el municipio de Santiago Nonualco, departamento de La Paz. UES 2009

Los objetivos estratégicos se hacen con un alcance de cinco años y mínimo de tres. Esto depende del tamaño de la empresa. Los objetivos organizacionales tienen la duración de un año. Los primeros objetivos son de responsabilidad de alta dirección pues ellos son los encargados en señalar la línea de acción de la empresa hacia el futuro. Son responsables también de cambiar esta dirección, antes de que la empresa se vaya al fracaso en el mercado.

Los objetivos estratégicos sirven para definir el futuro del negocio mientras que los objetivos organizacionales se refieren a cómo hacer productivo los negocios en el término de un año.

Sobre los objetivos generales de una empresa:

- Consolidación del patrimonio.
- Mejoramiento de la tecnología de punta.
- Crecimiento sostenido.
- Reducción de la cartera en mora.
- Integración con los socios y la sociedad.
- Capacitación y mejoramiento del personal.
- Claridad en los conceptos de cuáles son las áreas que componen la empresa.
- Una solución integral que habrá así el camino hacia la excelencia.

Sobre los objetivos específicos de una empresa:

- La distribución de los productos se da en forma oportuna a los clientes

³⁹ Koontz, Harold. Administración Una perspectiva Global; Editorial Mc Graw Hill. 12º edición México 2004. Pág. 135

- Buena calidad del producto a bajo costo obteniendo ventaja competitiva.
- Realización de un programa de ventas promocional.
- Mejor ambiente laboral donde el personal se pueda desenvolver con capacidad.
- Presentación del producto de mayor comodidad y variedad

Después de haber diseñado los objetivos y definido los recursos para lograrlos la dirección debe colocar en cada área clave a los ejecutivos capaces de obtener resultados, aquellos que saben dirigir y motivar a su personal.

8. IMPORTANCIA

La planeación estratégica es de mucha utilidad e importante para el logro de los objetivos propuestos por una organización, es lo que todas las empresas buscan, es la manera de estar preparadas constantemente para hacerle frente a las adversidades; por lo tanto, se deben adoptar medidas novedosas y someterse a constantes cambios implementando técnicas nuevas y reestructurando los procedimientos ya existentes. Es precisamente donde ésta toma un rol determinante permitiendo visualizar el futuro.

La planeación estratégica es importante para las empresas por las siguientes razones:

- Permite definir con claridad la misión de la empresa, los objetivos que la sustentan, una cartera de negocios estable y la coordinación de las estrategias funcionales.
- Crea un puente de comunicación para su proceso de planeación táctica a corto plazo.

- Provee un enfoque racional para lograr los objetivos preseleccionados.

Además, al especificar los objetivos y definir las acciones que se requieren para alcanzarlos, constituye la base con la cual es posible comparar el desempeño actual y esperado. La preparación de un plan estratégico permite examinar el ambiente de mercado en conjunto con la situación interna de negocios, una vez preparado sirve de referencia para el éxito de las actividades futuras, al tener un conocimiento pleno de las posibilidades y problemas que se dan en el entorno.

9. PROPÓSITO DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

- La planeación estratégica pretende desarrollar planes de acción para toda la organización que fomente el logro del plan estratégico general, para ello será necesario remontar a la planeación táctica y operativa, y se considera la forma de cómo se pueden integrar diversos planes.⁴⁰
- El propósito de la planeación estratégica es identificar la función o tareas básicas de una empresa o agencia o cualquier parte de ella.⁴¹

Se puede decir que el propósito de la planeación es determinante para la alta dirección de una organización, porque es aquí donde se decide el rumbo que debe tomar, y su funcionamiento.

⁴⁰ Steiner, George A. Planeación Estratégica. México 1998.

⁴¹ Koontz, Harold. Administración una perspectiva Global. México McGraw Hill 1998.

La planeación estratégica tiene como propósito establecer o actualizar la misión y los objetivos generales de la empresa, ayuda a los gerentes a desarrollar nuevas aptitudes y procedimientos para enfrentar el futuro y permite desarrollar un análisis interno y externo que contribuye a:

- Anticipar los cambios en el ambiente.
- Identificar los problemas futuros.
- Buscar posibles respuestas futuras a problemas presentes.
- Definir la orientación de la organización.
- Definir prioridades y las acciones óptimas.

10. NATURALEZA DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

La planeación estratégica puede ser aplicada a cualquier tipo de empresa y a cualquier área de trabajo, es por ello que se deben tomar en cuenta para su aplicabilidad los siguientes elementos:

- **Amplitud:** Se refiere a la coordinación de todas las operaciones de las variables que intervienen en el proceso de planeación. Permite la predicción y corrección de los problemas que se den en el presente como en el pasado.
- **Horizonte de Planeación:** Es la capacidad de suministrar la base de una serie de manifestaciones de políticas que guíen el crecimiento y el desarrollo futuro, hacia un estado deseado.
- Es un proceso constante de retroalimentación, en cada fase o etapa se evalúa la

información anterior, lo que permite evaluar la información obtenida, actualizando y mejorando la calidad de la misma.

- La planeación estratégica se expresa en términos generales y no específicos, siendo un proceso flexible y no rígido.
- Busca principalmente adecuar los diferentes recursos, fortalezas y debilidades de una empresa con las oportunidades de riesgos que presente el medio ambiente externo.
- Es un proceso generado en la parte directiva de la empresa.

11. CARACTERÍSTICAS DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Siendo la planeación estratégica una herramienta importante para el desarrollo de las actividades a largo plazo en una organización, es evidente que su estudio fuera realizado por diversos autores los cuales coinciden con las siguientes características:

- Dirige el cumplimiento de un conjunto específico y definido de objetivos.
- Proporciona un patrón con el cual se puede medir lo que se ha realizado.
- Orienta las energías y los recursos de los empleados y de la empresa respectivamente.
- Es una actividad en la que tiene que intervenir la dirección superior.
- Permite analizar de una mejor manera las variables internas y externas, a fin de lograr un mejor funcionamiento de la empresa a largo plazo.

12. ELEMENTOS DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Toda planeación cuenta al menos con los siguientes elementos según lo plantea Harold Koontz (2004):

- **Propósito o Misión:**

El propósito o misión, consiste en identificar la función o tarea de una empresa o agencia o de cualquier parte de ella. Así mismo, la declaración de la misión debe guardar un equilibrio entre lo general y lo específico, debiendo cuestionarse muchas interrogantes sobre el negocio y sobre lo que se pretende que sea en el futuro.

- **Objetivo:**

El objetivo, es el fin hacia el cual se dirige una actividad. Representa no sólo el objetivo final de la planeación; sino también el fin hacia el que se encamina la organización.

- **Estrategias**

Las Estrategias son los medios por los cuales se logran los objetivos a largo plazo. ⁴²

⁴² Fred R. David, Conceptos de Administración Estratégica 2005.

- **Política**

La política, es un plan que constituye declaraciones o interpretaciones generales que guían o encauzan el pensamiento para la toma de decisiones. Cada política debe tener cierta flexibilidad de lo contrario serían reglas.

- **Procedimiento**

El procedimiento, es el plan que establece un método obligatorio para realizar las actividades futuras. Es una serie cronológica de acciones requeridas, pauta de acción más que de pensamiento, que detalla la forma exacta en que se deben realizar determinadas actividades.

- **Regla**

Una regla, describe con claridad las acciones específicas requeridas o las que no se deben llevar a cabo, sin permitir libertad de acción. También, se diferencia de un procedimiento, en que esta guía la acción sin especificar un orden de tiempo y puede o no formar parte de un procedimiento.

- **Programa**

Es un conjunto de metas, políticas, procedimientos, reglas, asignaciones de tareas, pasos a seguir, recursos a emplear y otros elementos necesarios para llevar a cabo un determinado curso de acción.

13. MODELO DE LA PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

Debido a la naturaleza e importancia que posee la planeación estratégica, diferentes autores han desarrollado modelos que pueden ser aplicados a diferentes empresas u organizaciones para mejorar su funcionamiento y alcanzar los fines propuestos.

a. ANÁLISIS DE LA MISIÓN

La misión llamada a veces propósito, es la respuesta a la pregunta ¿en qué consiste nuestro negocio?, los objetivos principales son los puntos finales hacia donde se dirigen las actividades de la empresa. La intención estratégica es la determinación de triunfar en un entorno competitivo.

Una declaración de misión específica que actividades piensa desarrollar la organización y cuál es la dirección que seguirá la empresa en el futuro, define quienes somos, que hacemos y hacia donde nos dirigimos, por lo tanto, las declaraciones de la misión se personalizan en el sentido de que diferencian a una organización de otras.

b. ESTABLECIMIENTOS DE OBJETIVOS

El propósito de establecer objetivos es transformar la declaración de la misión y la dirección de la organización en objetivos específicos de actuación por medio de los cuales se pueda medir el

avance de la organización. Establecer objetivos implica retos, la fijación de un conjunto de resultados deseados que requieren un esfuerzo mayor y disciplinado.

Los objetivos son de importancia primordial, pues son los que encaminan directamente los esfuerzos de todos los que laboran en la empresa. Los objetivos son una declaración específica de los resultados que buscamos, estos tienen que ser consistentes e identificadas con el propósito fundamental que guía los esfuerzos de la organización.

c. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

El diagnóstico estratégico basado en el análisis FODA busca responder fundamentalmente a la pregunta ¿En dónde estamos hoy?, en el cual se analiza profundamente la empresa desde el ámbito externo, como el interno, dando así una visión de 360° de la institución sin dejar duda alguna acerca de las limitaciones y alcances de la organización.

ANÁLISIS F.O.D.A.

En el proceso de análisis de FODA, se consideran factores económicos, políticos, sociales y culturales que representan las influencias del ámbito externo que inciden sobre su que hacer interno, ya que potencialmente pueden favorecer o poner en riesgo al cumplimiento de la Misión.

Por otro lado, es importante tomar en cuenta que el análisis de cada elemento es situacional, es decir, para decidir si nos beneficia o nos perjudica, es importante trabajar bajo la misión, visión y objetivos propios de cada organización.

El análisis Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (F.O.D.A), divide en un ambiente externo presente y futuro que debe evaluarse en términos de amenazas y oportunidades. Esta evaluación gira en torno de la situación competitiva, así como de los factores económicos, sociales, políticos, legales, demográficos y geográficos; además, el entorno debe examinarse en función de avances en los servicios del mercado y otros factores indispensables para determinar la situación competitiva de la empresa.

De igual manera, es necesario auditar y evaluar el ambiente interno de la empresa respecto de sus recursos y fortalezas y debilidades en investigación y desarrollo, operaciones, comercialización y servicios. Otros factores muy importantes para la formulación de una estrategia y de obligada evaluación son los recursos humanos y financieros, así como la imagen de la compañía, la estructura y clima de la organización, el sistema de planeación y control y las relaciones con los clientes.

- **Fortalezas:** Se denomina fortaleza o “puntos fuertes” a aquellas características propias de la empresa que faciliten o favorecen el logro de los objetivos.
- **Oportunidades:** Se denomina oportunidades a aquellas situaciones que se presentan en el ambiente de la empresa y que podrían favorecer el logro de los objetivos.
- **Debilidades:** Se denomina debilidades a aquellas características propias de la empresa que constituyen obstáculos internos para lograr los objetivos.
- **Amenazas:** Se denomina amenazas a aquellas situaciones que se presentan en el

ambiente de las empresas y que podrían afectar negativamente las posibilidades de logro de los objetivos.

Por tanto, se puede decir que el proceso de planeación estratégica se considera funcional cuando las debilidades se ven disminuidas, las fortalezas son incrementadas, el impacto de las amenazas es considerado y atendido puntualmente, y el aprovechamiento de las oportunidades es capitalizado en el alcance de los objetivos, la misión y visión de la organización.

FIGURA N° 2
MATRIZ F.O.D.A.

FACTORES INTERNOS FACTORES EXTERNOS	FORTALEZAS INTERNAS	DEBILIDADES INTERNAS
OPORTUNIDADES EXTERNAS	Estrategia Ofensivas: FO maxi-maxi Potencialmente la estrategia más exitosa, que se sirve de las fortalezas de la organización para aprovechar las oportunidades	Estrategia Adaptativas: DO mini-maxi Estrategia de desarrollo para superar las debilidades a fin de aprovechar las oportunidades
AMENAZAS EXTERNAS	Estrategia Defensiva: FA maxi-mini Estrategia que usa las fortalezas para enfrentar o evitar las amenazas	Estrategia de supervivencia : FD mini-mini Estrategia para minimizar tanto las amenazas como las debilidades existentes.

Fuente: Koontz, Harold. Administración una perspectiva Global. México McGraw Hill 1998. Pág. 168

La Matriz FODA es una estrategia corporativa que se muestra en un cuadro donde se resumen los resultados más importantes que se han obtenido de los análisis interno, así como del externo, a través de entrevistas y talleres participativos a realizarse con todos los miembros de la institución así como fuentes primarias y secundarias de indicadores del entorno; lo cual ayudará a los directores en la selección de las estrategias de acuerdo a la repercusión que tenga cada una en relación con la organización.

d. FACTORES CLAVES DE ÉXITO

Los factores clave de éxito (FCE), constituyen la diferencia entre las pérdidas y las ganancias y, finalmente, entre el éxito y el fracaso; un factor clave de éxito puede ser una habilidad o un talento, una capacidad competitiva o una condición que debe lograr una compañía, se puede relacionar con los recursos de organización y comercialización que posea la empresa.⁴³

Aunque no prevalece un acuerdo total acerca de cuáles debieran ser las áreas clave de éxito, las cuales varían de una empresa a otra, se sugieren como tales las siguientes: posición de mercado, innovación recursos físicos y financieros, desempeño y desarrollo de los administradores y de la empresa misma, servicio y calidad, atención al cliente, responsabilidad social, entre otras.

⁴³ Strickland, Dirección y Administración Estratégicas. 6ª edición Mc Graw Hill. 1998. Pág. 90

e. DISEÑO DE ESTRATEGIAS

Estrategia es el plan de acción que tiene la administración para posicionar a la compañía en la área de su mercado, competir con éxito, satisfacer a los clientes y lograr un buen desempeño del negocio.

Las estrategias de comercialización son diseñadas para orientar a los administradores en el suministro de productos o servicios a los clientes y en la persuasión de los clientes para que compren o utilicen. Estas estrategias están estrechamente relacionadas con las estrategias de producto, y por lo tanto deben entrelazarse entre ellas y apoyarse unas a otras

f. IMPLANTACIÓN DE ESTRATEGIAS

La función de implantar las estrategias consiste en ver qué hace falta para que éstas funcionen y alcancen el resultado previsto en el programa, la habilidad reside en saber cómo lograr los resultados; principalmente el trabajo de implantar la estrategia consisten en una tarea directiva que penetra en muchos asuntos internos. Los principales aspectos directivos relacionados con la ejecución de la estrategia incluyen⁴⁴:

- Promover una organización capaz de conseguir que la estrategia funcione con éxito.
- Motivar a las personas de manera que persigan los objetivos.

⁴⁴ Strickland, Dirección y Administración Estratégicas. 6ª edición Mc Graw Hill. 1998. Pág. 10

- Crear un entorno laboral que propicie la implantación exitosa de la estrategia.
- Establecer políticas y procedimientos que apoyen la estrategia
- Desarrollar un sistema de elaboración de informes que permita seguir el avance que se consiga y supervisar el resultado
- Ejercer liderazgo interno para impulsar la implantación y continuar a la forma de la estrategia esté siendo ejecutada.

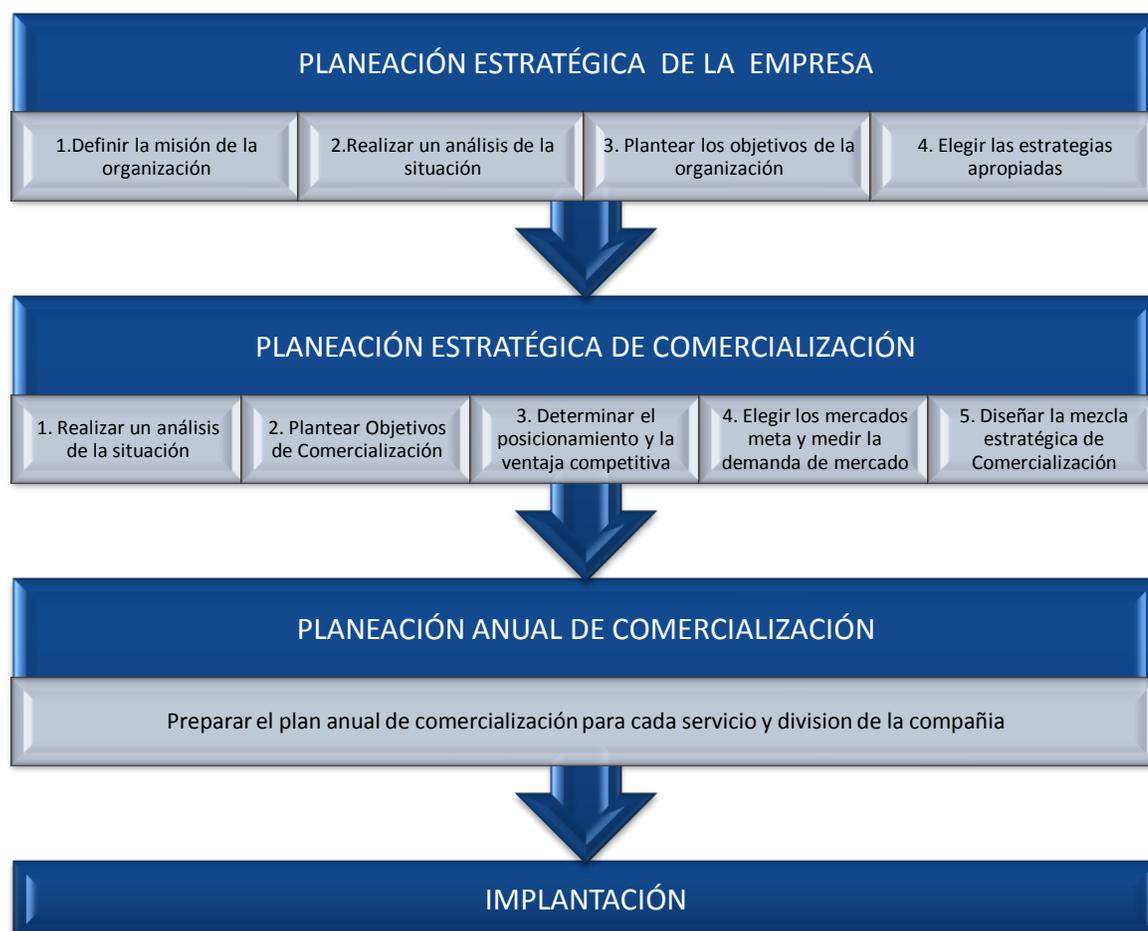
g. CONTROL Y EVALUACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO

La misión, los objetivos, la estrategia o el enfoque hacia la implantación de la estrategia de una compañía nunca es suficiente; la evaluación del resultado, la revisión de los cambios en el entorno exterior y la realización de ajustes son componentes normales y necesarios del proceso de la planeación estratégica.

La evaluación es el proceso que permite medir los resultados, y ver como estos van cumpliendo los objetivos planteados. La evaluación permite hacer un "corte" en un cierto tiempo y comparar el objetivo planteado con la realidad. Existe para ello una amplia variedad de herramientas.

En el control estratégico la verificación de lo pasado tiene como propósito fundamental la identificación de los problemas relacionados con el logro de los objetivos del plan estratégico, el análisis de sus causas y efectos para diseñar las acciones correctivas que garanticen la buena marcha hacia el futuro

FIGURA N° 3
SECUENCIA DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE COMERCIALIZACIÓN



Fuente: Elaboración propia del grupo

F. GENERALIDADES DE COMERCIALIZACIÓN

1. ANTECEDENTES

Durante las décadas comprendidas entre los años de 1970 – 1980, en la actividad comercial, se consideraba necesaria la "planificación y supervisión en el mercadeo de ciertas mercancías o servicios en los diferentes lugares, ocasiones, cantidades, y a los diferentes precios que mejor contribuyan al logro de los objetivos de la empresa" para satisfacer las necesidades del cliente

En la década de los 1990 se llega a la época de la comercialización directa, que consiste en la dirección a candidatos viables, descubriendo lo que quieren y luego establecer una relación con ellos, haciendo énfasis en sus necesidades. Esta definición se ve marcada en la práctica, debido a que en el mercado se ha estado inundado de productos altamente especializados, así también de servicios para necesidades especiales. En un futuro es casi seguro que desaparecerán los productos y servicios que gusten un poco a muchas personas, y por lo contrario abundarán los productos y servicios que gusten mucho a alguien.

No obstante se lleva a cabo una comercialización a través de la computadora, donde el exportador puede poner al alcance sus productos o servicios, conocido actualmente como el e-commerce o mercado cibernético.

Tomando como base los elementos de las definiciones anteriores, y analizando la actividad económica actual se establece una definición propia de comercialización, que es la función

coordinadora entre el producto y/o servicio y el consumidor final, cuidando las necesidades y requerimientos específicos que este demanda, estableciendo una liga de comunicación para conocerlo mejor.

Esta definición también pueden ser aplicada a una escala internacional, ya que es muy considerable resaltar que debido a la globalización de mercados que ha venido presentándose, es necesario que las empresas tomen en cuenta dentro de sus proyectos, el comercializar en el exterior, e incrementar ésta actividad con el fin de garantizar el crecimiento a grande escala para las empresas.⁴⁵

2. CONCEPTO

La comercialización para el autor Baca Urbina es: “La actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios del tiempo y lugar”.⁴⁶

“Comercialización es la etapa en la que se planean y llevan a la práctica los programas de producción y marketing a toda escala”⁴⁷

⁴⁵ http://www.bibliodgsca.unam.mx/tesis/tes3agvv/sec_2.htm

⁴⁶ Baca Urbina, Gabriel. 2005. “*Evaluación de Proyecto*”; 4ª edición; Editorial Mc Graw Hill. Pág. 52,54.

⁴⁷ Stanton, William y Otros. 2004. “*Fundamentos de Marketing*” 13ª edición; Editorial Mc Graw Hill. Pág. 262.

“Es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan o desean a través de la creación, ofrecimiento e intercambio de productos o servicios con otros”⁴⁸

En síntesis, aplicando estos conceptos al tema de investigación se puede definir la comercialización como el proceso mediante el cual se acerca la oferta ecoturística a fin de satisfacer los gustos y preferencias de una demanda creciente de turista convencionales en nuestro país.

3. IMPORTANCIA

La importancia de la comercialización radica en la facilidad que va a proporcionar al planear y organizar las actividades necesarias para que en el momento preciso, una mercancía venderse y/o servicio, esté en el lugar indicado y en su debido momento. Y así al estar presente en el mercado, el público va a tomarlo en cuenta al hacer una selección, para conocerlo, probarlo y consumirlo, y con base en ello tomar una decisión de fidelidad, y esto a su vez se traduce directamente en una garantía de permanencia en el mercado para la empresa exploradora.

La importancia de la comercialización también radica primordialmente en la satisfacción de las necesidades humanas y no solo las necesidades orientadas hacia el negocio, servicio o producto;

⁴⁸ Kotler Philip. 1993. *Dirección de la Mercadotecnia*. 7ª. Ed. Pág. 5.

sino que producir bienes o servicios en beneficio de la sociedad y no en crear productos dañinos, a la sociedad y al medio ambiente.

4. OBJETIVO DE LA COMERCIALIZACIÓN

La comercialización está encaminada a descubrir y estudiar las necesidades de los consumidores, con el objetivo de hacerles llegar un producto o servicio que le satisfaga al mínimo costo para obtener utilidades. Los objetivos buscados por la empresa tienen que hacerse recordando el compromiso que esta tiene en todos los aspectos con la sociedad a la que pertenece. Toda empresa reconoce la importancia que tienen los clientes, pero hay muchos productos y servicios que salen al mercado sin haber sido estudiadas las necesidades y preferencias del consumidor, es por eso que muchas empresas que creen tener posibilidades de progresar, fracasan en un corto periodo.

Por lo consiguiente, los objetivos de la comercialización pueden resumirse en:

- Conocer y compensar al consumidor, de tal manera que el producto o servicio se adecue y se venda por sí solo.

- Determinar los productos, servicios, precios, promoción y canales de distribución requeridos para la consecución de los objetivos de la empresa y del consumidor

5. MEZCLA DE MERCADEO

Definición:

- “Se define como un conjunto de herramientas tácticas controlables de mercadeo que la empresa combina para producir la respuesta deseada en el mercado meta.”⁴⁹
- También se define como “la combinación de un producto, la manera en que distribuirá y se promoverá, y su precio, lo cual habrá de satisfacer las necesidades del mercado o mercados metas y, al mismo tiempo, cumplir los objetivos de mercadeo”.⁵⁰

La mezcla de mercadeo forma parte de un nivel táctico de la misma, en el cual las estrategias se transforman en programas concretos para que una empresa pueda llegar al mercado con productos o servicios que satisfagan las necesidades y deseos a un precio conveniente, con un mensaje apropiado y un lugar correcto y en el momento oportuno.

Es decir, la mezcla consiste en todo lo que la empresa puede hacer para influir en la demanda de su producto. Las numerosas probabilidades que tiene para ello, como se ha denotado, se reúnen en cuatro grupos de variables, conocidas como las cuatro “P”, las cuales son: producto, precio, plaza (distribución) y promoción, las cuales se explican a continuación:

⁴⁹ Kotler, Phillip, Armstrong, Gary. Fundamentos de Marketing 11ª Edición Prentice Hall México 2003

⁵⁰ Stanton, Etzel & Walter. Fundamentos de Marketing. 11ª Edición Mc Graw Hill. México 2000.

a. PRODUCTO O SERVICIO

La forma en que la empresa disponga de los elementos que en conjunto constituyen un bien o servicio, es de mucha importancia para satisfacer a los consumidores y obtener una ventaja diferencial.

De esta forma, se puede definir producto como “todo aquello que se ofrece a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o deseo; incluye objetos materiales, servicios, Personas, lugares, organizaciones e ideas”.⁵¹

Por tanto, al considerar esta conceptualización en el trabajo de investigación, se puede definir como producto o servicio “Todos los elementos atractivos del lugar que se ofrecen a los turistas para satisfacer las necesidades de esparcimiento, recreación, comodidad y descanso”.

b. PRECIO

El precio es uno de los elementos de la mezcla de mercadeo que la empresa usa para alcanzar sus objetivos y las decisiones en cuanto a la fijación de precios están sujetas tanto a factores internos como externos en cuanto al entorno de la misma. Los factores internos incluyen los objetivos de mercado, la estrategia de la mezcla y los costos de la

⁵¹ Kotler & Armstrong. Fundamentos de Mercadotecnia. 4ª edición Prentice Hall México 1998

organización. Los factores externos incluyen el carácter de mercado y la demanda, la competencia y otros elementos del entorno y se define como:

“La Cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio; o la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio.”⁵²

Por tanto, el concepto de precio para esta investigación, se puede definir como: “El valor monetario establecido a cambio de un producto o servicio que se brinda y que un turista está dispuesto a pagar”

c. PLAZA

“La plaza o distribución física comprende la planeación, instauración y control de los flujos de materiales físicos y los bienes finales desde los puntos de origen hasta los puntos de uso para satisfacer los requerimientos del cliente con una utilidad.

La distribución puede entenderse como la ruta o recorrido que efectúan los bienes y servicios del productor o vendedor hacia el usuario por medio de canales.”⁵³

De acuerdo a la investigación, plaza se define: “como el lugar en donde se prestarán los servicios a comercializar para satisfacer los gustos y preferencias de los visitantes”

⁵² Pride & Ferrer. Marketing Conceptos y estrategias. Mc Graw Hill, 9ª Edición. México. 1996

⁵³ Kotler, Dirección de mercadotecnia, Prentice Hall, México, 1996

Dentro de la plaza o distribución se encuentra los canales de distribución o comercialización que son la ruta que toma un producto para pasar del producto a los consumidores finales deteniéndose en varios puntos de esa trayectoria.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Según Baca Urbina un canal de distribución es: “la ruta que toma un producto para pasar del productor los consumidores finales, deteniéndose en varios puntos de esa trayectoria”.

Según Stanton un canal de distribución es: “el conjunto de personas y empresas que participan en la transferencia de derechos de propiedad de un producto conforme este pasa del productor al consumidor final o al usuario de negocios”

Para el sector turístico un canal de comercialización se puede estructurar de la siguiente manera:

- El canal directo o canal nivel cero es aquel en el que no existe intermediarios, siendo el prestador de los servicios turísticos el que a través de sus propios recursos asumirá las distintas funciones de la distribución. En el sector que nos ocupa, dentro de la distribución directa se pueden plantear tres tipos de canales⁵⁴:

⁵⁴ Alcázar Martínez, Benjamín. Los canales de distribución en el sector turístico. 2002. Pág. 47

1. Distribución directa basada en contactos producidos en el lugar de origen del cliente.
 2. Distribución directa basada en contactos producidos en el propio lugar de prestación del servicio.
 3. Distribución directa basada en contactos producidos en oficinas pertenecientes a los prestatarios de los servicios.
- El canal corto o nivel 1 es aquel en el que interviene un solo tipo de intermediario entre el productor y consumidor. Es estos casos, como es evidente, dicho intermediario deberá tener la condición de detallista, aun cuando en el sector turístico esta consideración no deber ser identificada necesariamente con la figura del comerciante minorista, es decir la agencia de viajes, sino que incluirá otros tipos de instituciones con capacidad legal para distribuir al por menor los servicios de los prestatarios turísticos.
 - El canal largo hace referencia a la referencia de dos o más tipos de intermediarios. En turismo vacacional, en la que entra en juego la figura del tour operador que actúa en el ámbito mayorista y la agencia d viajes como minorista.
 - De igual manera nos podemos encontrar un canal de nivel 3 o superior, cuando la aparición de algunos de los elementos anteriormente mencionados surgen como mediadores entre los productores turísticos y los tour operadores.

d. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Definición de promoción:

- “La promoción se refiere a la comunicación que los vendedores usan para intercambiar mensajes persuasivos e información, entre compradores y vendedores. La promoción es el elemento dentro de la mezcla de mercadeo que capta la atención del mercado y le recuerda la existencia de un producto, con la intención de influir en la decisión de compra.”⁵⁵
- La promoción es el elemento de la mezcla de mercadotecnia de una organización que sirve para informar al mercado o persuadirlo respecto a sus productos y servicios.⁵⁶

Para los autores del presente escrito, la promoción se define como: “Los medios a utilizar para persuadir y captar la atención de los turistas e influir en la decisión de visitar el lugar”.

Definición de publicidad:

- La publicidad es la rama de la ciencia de comunicación social cuyo objetivo fundamental es persuadir o convencer al público a adquirir determinados productos, sean estos bienes o servicios.⁵⁷

⁵⁵ Kotler, Philip; Manual de mercadotecnia; tomo 1.7 |. Edición. Prentice Hall, México, 1995. Pág.11

⁵⁶ <http://www.miespacio.org/cont/aula/promoc.htm>

- Se define la publicidad como cualquier forma pagada de presentación no personal para la promoción de ideas, bienes o servicios de un patrocinador identificado.⁵⁸

En resumen la publicidad es cualquier forma pagada de presentación no personal y promoción de ideas, bienes y servicios, que hace un patrocinador identificado, en este caso la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador.

6. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN

Las estrategias de mercadotecnia (comercialización) son las que se encuentran diseñadas para guiar a los gerentes a llevar los productos o servicios a los clientes y a estimularlos a comprar. Estas se encuentran íntimamente relacionadas con las estrategias de productos.⁵⁹

Para la adecuación de estas estrategias es necesario considerar y hacer la modificación de que la prestación del servicio con que cuenta la Finca se comparará con relación a los centros ecoturísticos de la zona, en cuanto a la diferenciación de precios y beneficios a recibir.

De lo anterior, los autores consideran que las estrategias de comercialización a definir serán las diseñadas con base a la relación precio – beneficio a percibir por parte de los ecoturistas, en comparación a otras ofertas turísticas.

⁵⁷ <http://amygomezsantos.blogspot.com/>

⁵⁸ Philip, Kotler. 1991. “Fundamentos de mercadotecnia” 5ª Edición. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana. S.A. Pág. 448.

7. PLANIFICACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN

PLAN DE COMERCIALIZACIÓN

Dentro de la función mercadológica es de suma importancia la elaboración de un plan, el cual es un instrumento valioso para planificar las actividades de comercialización que le permite a la empresa organizar y controlar estas actividades a fin de obtener un buen rendimiento. Este deberá guardar coherencia con los objetivos generales de la empresa, a fin de considerarse en la planeación estratégica, la cual consiste en adaptar los recursos de una organización a sus oportunidades de mercado.

Por tanto, el plan de comercialización se puede definir como: Un programa con plazo previsto y presentado por escrito, que contiene los medios de acción a seguir para el logro de los objetivos, adecuando los recursos de la institución a las oportunidades de mercado, dentro de un marco de trabajo y de un ambiente determinado de mercado.

En resumen, la importancia de este capítulo radica en obtener las nociones básicas acerca de la Asociación Nuevo Amanecer y su finca San Jorge, el ecoturismo y turismo en general, nociones de planeación estratégica y comercialización; todo esto conlleva a un cumulo de conocimientos que serán clave en la formulación de una propuesta real, concreta y atractiva a presentar a la Asociación Nuevo Amanecer, previamente mediante el diagnóstico realizado que forjará los cimientos a proyectos posteriores de mejoramiento en los programas solidarios de la Asociación.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL ECOTURISMO DE LA FINCA SAN JORGE, MUNICIPIO DE SAN JULIÁN, DEPARTAMENTO DE SONSONATE

A. IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

La importancia de la investigación radica en la obtención de datos relevantes proporcionados por las fuentes primarias a través de las encuestas realizadas a los turistas potenciales y las entrevistas con las instituciones relacionadas al proyecto de investigación, en vista de que permitió realizar un diagnóstico de la situación actual y de esa forma tener insumos necesarios para dar un aporte como propuesta a la Asociación Nuevo Amanecer.

Además, el estudio permitió ayudar a identificar los problemas que presenta la finca San Jorge actualmente, señalados en el planteamiento del problema, lo que facilitó la formulación de las recomendaciones respectivas.

Finalmente, el documento podría servir de base para crear un nuevo instrumento en el incremento del ecoturismo, que permita garantizar un crecimiento del proyecto en sí de la Asociación Nuevo Amanecer y contribuir al desarrollo local y del municipio.

B. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1. GENERAL

Elaborar un diagnóstico sobre la situación que presenta la Finca San Jorge, para poder determinar los factores que influyen actualmente en la explotación del ecoturismo.

2. ESPECÍFICOS

- 2.1 Analizar la información obtenida de las diferentes fuentes, que sirvan como insumo para la elaboración de un diagnóstico estratégico de la finca San Jorge.
- 2.2 Desarrollar una investigación de campo de los gustos y preferencias de la población para conocer el grado de aceptación del ecoturismo en la Finca San Jorge.
- 2.3 Identificar los recursos con que cuenta la finca San Jorge para la Explotación del Ecoturismo en la zona.

C. METODOLOGÍA UTILIZADA PARA LA INVESTIGACIÓN

1. MÉTODO

Para la realización de la siguiente investigación se utilizó el método científico, dado que se estudian los problemas de manera objetiva y sistemática para dar respuesta al objeto de estudio, en este caso la Finca San Jorge, por lo que se aplicaron los métodos específicos siguientes:

a. INDUCTIVO

Como procedimiento racional del método científico se utilizó la inducción, tomando en cuenta que es el razonamiento que parte de casos particulares observados y generaliza lo observado a conocimientos generales. Este permitió realizar un análisis de la situación actual, en este caso, el desarrollo del ecoturismo en la zona de Occidente, específicamente en el Municipio de San Julián, el cual proporcionó datos o nociones de cómo ha venido creciendo el ecoturismo en el país.

b. DEDUCTIVO

El método deductivo, se utilizó dado que parte de lo general a lo particular, considerando como base la información de fuentes secundarias y de la investigación de campo, logrando así obtener conclusiones específicas de la problemática que se investiga y a partir de ésta diseñar una

propuesta de un Plan Estratégico de Comercialización que contribuya al incremento del ecoturismo en la Finca San Jorge.

2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación que se desarrolló fue de tipo descriptivo, teniendo como propósito describir situaciones y eventos. Desde el punto de vista científico, en este se recolectan datos para describir en forma general el fenómeno investigado, describiéndolo tal como es y cómo se manifiesta.

Según la información obtenida, se logró especificar las características de los ecoturistas y de la zona como fenómenos sometidos al análisis de la investigación, evaluando cada uno de estos elementos y finalmente describirlos.

3. TIPO DE DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de la investigación, se consideró como el tipo de diseño no experimental, puesto que no fue posible manipular las variables, ni asignar aleatoriamente a los participantes u objetos, así como tampoco intervenir en el desarrollo de los datos observados.

La finalidad de este tipo de diseño de investigación es obtener información relevante, lo que permitió realizar un análisis descriptivo del problema. Por tanto, el desarrollo de esta investigación principalmente estuvo basado en la observación natural de las condiciones del

ecoturismo en la zona mediante un diagnóstico actual de la situación, desarrollo y evolución del mismo para el análisis de la interacción de las variables para la elaboración de un plan estratégico de comercialización.

4. FUENTES DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La información recopilada para la elaboración del diagnóstico, se obtuvo a través de:

a. PRIMARIOS (DIRECTAS):

Las fuentes primarias que se utilizaron para obtener la información proceden de las entrevistas que se realizaron con el personal de la Alcaldía de San Julián (Encargado de Proyectos y dos representantes del Concejo Municipal) y del Personal de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador (Directora Ejecutiva y Encargado de la finca San Jorge). Por otro lado, la información obtenida de las encuestas dirigidas a turistas en la cabecera del departamento de Sonsonate y finalmente, la observación directa que realizó el equipo de trabajo al visitar el lugar, permitiendo conocer y obtener de forma más precisa información apegada a la realidad del lugar.

b. SECUNDARIAS:

Para la realización de la investigación la información utilizada fue proporcionada por la Alcaldía de San Julián y la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador, entre ellas: revistas, documentación relacionada al ecoturismo y desarrollo del proyecto de la finca San Jorge. Así mismo, se obtuvo información de publicaciones y artículos relacionados al ecoturismo, libros y tesis.

5. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Para el desarrollo de la investigación el grupo utilizó las siguientes técnicas e instrumento de recopilación de información:

a. ENCUESTA

Esta técnica se utilizó mediante la aplicación de un instrumento llamado cuestionario, con el propósito de ayudar a identificar las variables y relaciones, a través de preguntas cerradas las cuales fueron dirigidas a turistas potenciales de la zona, que visitarán la finca San Jorge.

b. ENTREVISTA

La información recolectada a través de ésta técnica fue por medio del instrumento denominado guía de preguntas, las cuales se prepararon con anticipación por el grupo investigador, para obtener la información que se necesita conocer y que fue utilizada para entrevistar a representantes de la Alcaldía de San Julián y directivos de la Asociación Nuevo Amanecer, quienes se encargan de la administración de la finca San Jorge.

c. OBSERVACIÓN DIRECTA

Esta técnica se utilizó con el propósito de realizar observaciones confiables y objetivas de la problemática en estudio, mediante la presencia física del grupo investigador al sujeto observado, utilizando como apoyo libreta de anotaciones y recurso audiovisual.

6. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y TAMAÑO DE LA MUESTRA

a. UNIVERSO

Para el desarrollo de la investigación, se consideró como universo a los siguientes elementos:

- Directivos de la Asociación Nuevo Amanecer, que en este caso; el universo estuvo integrado por la Directora Ejecutiva y el Encargado del Proyecto, dando un total de **2 entrevistados**.

- Autoridades locales del municipio de San Julián, se entrevistó a los representantes de dicha Alcaldía, el encargado de proyectos y dos representantes del Concejo Municipal dando un total de **3 entrevistados**.

- Eco turistas potenciales de la zona, para efecto de esta investigación, se consideró una población infinita, dado que no se proporcionó el dato exacto de las personas que han visitado el lugar anteriormente por qué no se ha llevado un registro acerca de los mismos.

b. MUESTRA

La forma de determinación de la muestra para los universos seleccionados, se presenta a continuación:

Tanto para los directivos de la Asociación Nuevo Amanecer y de las autoridades locales del municipio de San Julián, se realizó un censo para obtener un parámetro, ya que los sujetos involucrados son población finita.

Por otra parte, la población de los ecoturistas potenciales, dado que no se conocía el número exacto de éstos, lo convirtió en una población infinita, lo que conllevó a buscar un estadístico, a través del método Muestreo Probabilístico, utilizando un Muestreo Aleatorio Simple (MAS), en el cual cada elemento o persona de la población tuvo la misma oportunidad de resultar seleccionado, para este caso se utilizó la fórmula para determinar el tamaño muestral cuando la población es infinita o desconocida:

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q}{E^2}$$

Donde:

Z: Nivel de confianza

p: Probabilidad de éxito

q: Probabilidad de fracaso

E: Margen de error

n: Tamaño de la muestra

AL SUSTITUIR EN LA FÓRMULA:

Al aplicar la fórmula considerando un nivel de confianza del 95%, una probabilidad de éxito de 0.5 y una probabilidad de fracaso de 0.5, con un margen de error del 8%, dio una muestra de 150 turistas que fueron encuestados

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.08)^2}$$

$n = 150$ ECOTURISTAS POTENCIALES

Donde:

Z: Representa el nivel de confianza del 95% lo que correspondes en la campana de Gauss o área bajo la curva normal de $Z= 1.96$

p: Al ser población Infinita se espera una probabilidad de éxito del 50%

q: La probabilidad de fracaso es de $1 - P$, es igual a 50%

E: El grupo de investigación determinó un margen de error del 8%

7. ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se realizó en la cabecera departamental de Sonsonate y en el municipio de San Julián, departamento de Sonsonate, específicamente en la Finca San Jorge, ubicada en el Cantón Piedra Blanca, Caserío San Jorge.

8. PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Para procesar la información recabada de los cuestionarios de los ecoturistas potenciales, se recurrió a unos cuadros simples en donde se trató de que la información fuera lo más resumida posible, pero al mismo tiempo con lógica y entendible; para poder analizar e interpretar los datos, se utilizó la distribución de frecuencias que era lo más acorde a los resultados que se buscaba, unos datos entendibles, veraces y compactos.

a. TABULACIÓN

En esta etapa, se detalló pregunta por pregunta sin cruzar datos, lo que se necesitaba, era analizar individualmente para poder crear un perfil del ecoturista potencial para así dirigir la publicidad a ese mercado meta.

Al tabular individualmente cada cuestionario se obtuvo un orden como el siguiente; primero se detalló la pregunta seguido del objetivo que buscaba dicha pregunta, luego mediante un cuadro

de frecuencias, con sus respectivos porcentajes, se colocaban las alternativas de respuesta y la ponderación que habían alcanzado después del recuento general, y al final de forma gráfica se representa las frecuencias para mayor aprehensión de la información.

Cabe mencionar que la muestra de 150 ecoturistas potenciales, se realizó en la cabecera departamental de Sonsonate y en los alrededores del Municipio de San Julián, información que se obtuvo mediante un cuestionario elaborado con respuestas cerradas, las cuales para la muestra de 150 ecoturistas potenciales se dividió en dos partes; la primera del conglomerado general (150), y la segunda de sólo los que conocían exactamente lo que es tema de ecoturismo y su práctica (97), (ver cuestionario dirigido a ecoturistas, pregunta # 13.).

b. ANÁLISIS DE DATOS

En este apartado, es en donde a la tabulación y las frecuencias surgidas se les da forma, es decir, se obtiene información valiosa de los porcentajes acaecidos en cada respectiva alternativa, logrando así tener la base suficiente para poder crear un perfil, y analizar un diagnóstico de la Finca San Jorge, en base a las percepciones del ecoturista en potencia, de acuerdo a la encuesta realizada obteniendo el resultado siguiente: (ver anexo # 2)

D. DESCRIPCIÓN DEL DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

El propósito de realizar una investigación sobre el proyecto de ecoturismo de la finca San Jorge, en el municipio de San Julián, del departamento de Sonsonate, sirvió para conocer la situación actual de dicho proyecto y los recursos con los que cuenta para la explotación del ecoturismo en la zona.

Así mismo, se realizó un análisis de la demanda para conocer las expectativas de los turistas, con el propósito de relacionarla con la oferta turística que ofrece la finca San Jorge.

Finalmente, se realizó un análisis de la participación del gobierno local, en cuanto a promover y desarrollar el ecoturismo en el Municipio de San Julián, departamento de Sonsonate.

1. PLANEACIÓN

De acuerdo a la investigación realizada se obtuvo que la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador cuenta con un plan organizacional para su funcionamiento dentro del cual está incluida la finca San Jorge, como uno de los proyectos de sostenibilidad con los que posee y que a la fecha no ha logrado promover el ecoturismo en su totalidad.

a. ESTRATEGIA

La Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador cuenta con estrategias definidas para sus proyectos sociales, más sin embargo, para el proyecto del ecoturismo de la finca San Jorge no cuenta con un plan para el incremento del mismo, puesto que es un proyecto que se ha implementado recientemente. Por lo que no existe una estrategia que permita incrementar el ecoturismo en la finca San Jorge. (Según pregunta 11 de la encuesta dirigida a Directivos Asociación Nuevo Amanecer)

b. PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

De acuerdo a la información proporcionada la Asociación Nuevo Amanecer cuenta con un plan estratégico que comprende los años 2006-2011, en el cual están plasmados la misión, valores, objetivos, indicadores y estrategias para sus diferentes programas comprendidos de su estructura

De lo anterior podemos analizar que en la estructura organizativa está plasmada de manera tal, que los programas y proyectos están subordinados bajo la dirección ejecutiva la cual mantiene aislado el proyecto de la Finca San Jorge, debido a la poca generación de ingresos que éste presenta, la misión, la visión y los objetivos deben ser reorientados o rediseñados específicamente para que involucre el proyecto en sí.

2. COMERCIALIZACIÓN

Dada la importancia que tiene la comercialización, de tal manera que el producto o servicio se adecue y se venda por sí solo. Para el caso de la finca San Jorge se determinó que no existe un mecanismo que guíe o facilite la comercialización de los servicios de ecoturismo en el municipio de San Julián, siendo un punto débil en la asociación; pero manifestando que la explotación de ideas encaminadas hacia la promoción e implementación de estrategias de comercialización, mediante diferentes medios de publicidad tanto escrita, televisiva o vía internet. (Pregunta 11 a la 13, entrevista dirigida a directivos de Asociación Nuevo Amanecer).

a. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La información obtenida de los resultados de la investigación son importantes, dado que reflejan los lugares que los turista prefieren visitar (Pregunta No.6 cuestionario dirigido a ecoturistas potenciales), las características que los turistas requieren para ir a un lugar de paseo (Pregunta No.7 cuestionario dirigido a ecoturistas) y la disposición de alojamiento en el lugar (Pregunta No.8 cuestionario dirigido a ecoturistas).

Por otro lado, al preguntar a la población encuestada sobre el ecoturismo la mayoría respondió que si tiene conocimiento sobre el ecoturismo, también la identificación de los lugares ecoturísticos que ha visitado y el por qué los considera ecoturísticos (Preguntas No.13, 14 y 15 cuestionario dirigido a ecoturistas). La frecuencia con que visitan dichos lugares y se ve

respaldada por las diferentes razones que ellos mismos exponen, es decir; consideran que son lugares ecoturísticos por la armonía que existe entre el ser humano y la naturaleza, así como también, contribuyen a la preservación del medio ambiente. Esto significa que para los visitantes de estos lugares disfrutan su estancia, dado que dejan de lado las rutinas laborales y las actividades cotidianas.

Por tanto, lo anterior indica que la finca San Jorge es aceptable como destino ecoturístico, pues dentro de ella se pueden desarrollar actividades de esparcimiento como: aventura, recorridos de proyectos agroturísticos, descanso en cabañas cómodas, disfrutar del clima y del paisaje, entre otras.

Por otro lado, por parte de la Asociación Nuevo Amanecer manifiesta que debido a la afluencia de personas de los proyectos agroforestales y productivos que tenía la finca y debido a la diversidad natural que posee, nació la idea de implementar un proyecto de tal magnitud con el cuál buscarían fuentes de ingresos para sostener los proyectos sociales con los que ya contaban. (Ver pregunta No.1 de la entrevista realizada a directivos de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador).

b. ANÁLISIS DE LOS ATRACTIVOS ECO TURÍSTICOS DE LA FINCA SAN JORGE

La finca San Jorge, del Municipio de San Julián, Departamento de Sonsonate por tener un ubicación privilegiada y ser parte de la cordillera del bálsamo, ofrece variedad de destinos eco turísticos, sus 76 hectáreas de áreas cultivadas entre otras por cafetales, naranjos, y por supuesto el bálsamo, da un sin fin de recreación en áreas naturales; el clima agradable que gobierna la región en la mayoría del año da un sensación de paz al lado de una vegetación frondosa en la cuales se hacen caminatas de resistencia para llegar al río por el tipo de suelo, pero que al final vale la pena encontrarse con uno de los pocos ríos libres de contaminación que están en nuestro país, el río Tazulá. (Ver pregunta No. 2 y 4 de la entrevista realizada a directivos de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador)

Actualmente, la finca utiliza como atractivo los paseos guiados a caballo, o a pie por sus instalaciones y hacia los diferentes miradores (4) con los que cuenta y de los cuales se pueden observar la cordillera de los volcanes que unen Sonsonate y el Departamento de Santa Ana, es decir, el volcán de Izalco y el de Santa Ana junto con el Cerro Verde, y al mismo tiempo si el clima lo permite divisar el océano pacífico. (Ver pregunta No. 4 de la entrevista realizada a directivos de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador)

Otro Atractivo que presenta es el río Tazulá efluente del Río Grande de Sonsonate, de no mucho caudal y con localizaciones de piscinas naturales (pozas no muy profundas) en las cuales en época de verano se utilizan como recreación natural, sin embargo junto con los

senderos de las caminatas, la equitación, montañismo, atractivos como cuevas del lugar, flora, fauna ha sido muy poca la aceptación y difusión para ser considerados como destinos ecoturísticos, ya que la entidades no se han involucrado de lleno en el mejoramiento y promoción de éstos. (Ver pregunta No. 11 de la entrevista realizada a directivos de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador) debido a la falta de apoyo económico para darle seguimiento y realizar el proyecto, que al ser promovidos serian un atractivo turístico tanto para connacionales como turistas internacionales. (Ver pregunta No. 4 de la entrevista realizada a directivos de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador)

c. ANÁLISIS DE LA OFERTA

De acuerdo a la información proporcionada sobre los atractivos ecoturísticos que posee la Finca San Jorge, (Ver pregunta No. 3 y 4 de la entrevista realizada a directivos de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador) se presenta un análisis de cuáles de estos son primordiales para poder promocionarlos en los medios pertinentes como una alternativa más, analizando también el efecto que tendrían en los ecoturistas potenciales; dado que la finca cuenta con recursos que son de aceptación en cuanto a atractivos ecoturísticos, puesto que el 34% prefiere las montañas y el 23% ríos y bosques, de los que practican el ecoturismo (ver pregunta 14, cuestionario dirigido a ecoturistas potenciales); lo que hace factible la potenciación de los mismos; pero no olvidando que el turista en general prefiere las playas 40% contra los bosques y montañas 28% (ver pregunta 1 y 6, del cuestionario dirigido a ecoturistas potenciales).

En la oferta no hay que olvidarse de la seguridad e higiene del lugar dado que un 60% opina que es indispensable (ver pregunta 7 de cuestionario dirigido a ecoturistas potenciales) y (Ver pregunta No. 7 de la entrevista realizada a directivos de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador) por lo cual el mantenimiento de la misma debe ser perenne ya que la estancia promedio de los turistas es de un día 70% (ver pregunta 8 cuestionario dirigido a ecoturistas potenciales), en vista que la finca cuenta con los requerimientos mínimos de seguridad, y tiene un nivel deseable de limpieza en sus instalaciones.

d. MERCADO META

Para poder ofertar los atractivos turísticos con los que cuenta la Finca San Jorge, es necesario segmentar el mercado del turismo, para transformarlo en un mercado netamente eco turístico, esto se hace elaborando un perfil del eco turista potencial que es resultado de una investigación de carácter cuantitativo en base al instrumento del cuestionario dirigido a los eco turistas que dio como resultado lo siguiente:

PERFIL DE LOS TURISTAS:

Edad: De 18 a 45 años

Sexo: indiferente (ya que la variación fue muy poca más o menos 5%)

Estado Civil: Casados y Solteros

Nivel de estudio: Educación Media

Nivel de Ingresos: De \$ 190 a \$350

Este perfil fue elaborado en base a los resultados obtenidos del Cuestionario dirigido a ecoturistas potenciales. (Preguntas de 1 a 5).

Ahora bien, con estos rasgos demográficos se observa que en nuestro país la mayoría de la población concuerda grandemente con el perfil presentado, entonces la diferencia del mercado se debe enfocar a los gustos y preferencias del consumidor del servicio. Pero en los últimos años se ha visto muy diferenciada la afluencia a la finca del mercado meta el cuál se persigue, siendo en este caso, mayoritariamente grupos de extranjeros de organizaciones no gubernamentales que vienen a dar su apoyo en actividades sociales en nuestro país. Así como también familiares o amigos cercanos a los miembros y empleados de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador.

Todo este grupo minoritario que ha asistido y asiste actualmente a la finca cancela la cantidad de \$2.00 por la entrada a dicho establecimiento, el cual sirve para el mantenimiento e higiene del mismo, la mayoría de las visitas que se han realizado son de un solo día, lo que implica el no uso de las cabañas construidas para el descanso de los turistas cuando decidan hospedarse dos o más días; también el desuso que tiene la cafetería que en muy pocas ocasiones se ocupa debido a que los turistas llevan su propia comida y las pocas veces que se ha utilizado es por orden directa de la Asociación para proporcionarle alimentos a las pequeñas excursiones que hacen a través de miembros, familiares y amigos de ésta.

e. MEZCLA DE MERCADO

PRODUCTO

Los servicios que ofrece la finca San Jorge son de alojamiento, restaurante, transporte, guía turístico y otros con los que cuenta entre ellos; paseos guiados a caballo y los cuatro atractivos miradores para disfrutar de vistas panorámicas hacia el océano pacífico y las montañas, entre ellos se puede mencionar: mirador el Tigüilote, área de picnic y descanso; mirador La Piedra del Silencio, donde se divisan las montañas y al fondo el mar; el Escalón del Amate, inmensa roca en la que se ha adherido un árbol de amate, al subir el árbol escalando sus raíces o por el puente colgante; La Cueva del Silencio, cueva milenaria hogar de cientos de murciélagos y otras especies. Así mismo, se cuenta con una senda verde dentro del cafetal, hortalizas y nacimiento de agua y una glorieta de paja y madera. (Ver pregunta No. 1 y 4 de la entrevista realizada a directivos de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador).

Por otro lado, se cuenta con demostraciones del proceso completo de la recolección y extracción del bálsamo y recolección del café, como también los proyectos agroturísticos que tienen entre ellos; sistema cíclico de producción de vegetales, granos básicos y producción de huevos y aves. Básicamente la finca ha logrado mejorar la biodiversidad de estos proyectos. (Ver pregunta No. 1 y 6 de la entrevista realizada a directivos de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador)

PRECIO

De acuerdo a la investigación realizada se determinó que actualmente la Asociación cobra a los visitantes y excursionistas la cantidad de \$2.00 para el ingreso, lo que incluye las áreas de descanso, glorietas y hamacas, según con la disponibilidad con las que se cuenta. Ahora bien, si desean el uso de un guía para realizar las caminatas cancelan \$5.00 dólares por cada grupo de 10 personas que lo soliciten

Así también, cuentan con paquetes turísticos diferenciados para extranjeros y connacionales, para los primeros tienen un costo \$30.00 dólares por persona y por día, lo que le incluye el alojamiento, los tres tiempos de comida y si el grupo sobrepasa un número de diez personas incluye el guía que les orientará durante todo el recorrido a la finca, y, para los segundos la diferencia radica en el precio de \$8.00 dólares menos manteniendo los mismos servicios, excepto los \$5.00 del guía.

Por otro lado, la finca es ocupada por la armonía que presenta con la naturaleza para efectuar retiros de diferentes iglesias o grupos de oración, esto se hace mediante la contratación de un paquete que ofrece tres niveles de servicio; el primero es el paquete económico que cuesta \$10.00 por persona y por día, lo que incluye local, almuerzo y café, con la restricción que tienen que ser al menos un número de diez personas; le sigue el paquete especial con un costo de \$15.00 dólares por persona y por día el cual incluye almuerzo, local y dos refrigerios, y por último está el paquete completo que incluye los tres tiempos de comida, dos refrigerios y el alojamiento para un mínimo de 10 personas.

PLAZA

De acuerdo a la investigación se pudo percatar que la finca San Jorge es un lugar seguro y que cuenta con condiciones de higiene necesarias que combinado que con el clima agradable dan un plácido descanso en el lugar. Más sin embargo, existen inconvenientes en cuanto a la accesibilidad del lugar, ya que existe un pequeño tramo de 3 kilómetros que no está pavimentado, lo que afecta la visita de turistas y dificulta la llegada a la finca. (Ver pregunta No. 8 de la entrevista realizada a directivos de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador)

Por otro lado, de acuerdo a la información obtenida de la Dirección Ejecutiva en cuanto a los canales utilizados para la promoción y venta de los servicios de la finca San Jorge, solamente se utiliza el canal directo o canal nivel cero, puesto que no utilizan ningún tipo de intermediario para promocionar el destino ecoturístico de la finca, se hace por medio de contactos de personas cercanas a la Asociación y amigos del personal de la misma, lo que centraliza la promoción y minimiza la posibilidad de ampliar la oferta, manteniendo una distribución directa desde las oficinas centrales de la Asociación Nuevo Amanecer hacia la Finca San Jorge.

PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

De acuerdo a la pregunta realizada en la investigación sobre la promoción de los lugares ecoturísticos que los encuestados han visitado (ver pregunta No. 16 del cuestionario a ecoturistas), la mayoría respondió que se ha enterado de la existencia del lugar por medio de amigos, mientras que otros opinan que ha sido por medio del periódico, ministerio de turismo e internet que conocen de la existencia de estos lugares ecoturísticos.

Actualmente la Asociación ha dado a conocer la finca San Jorge a través de un reportaje en canal 10 y que se encuentra el video en internet, así mismo, utiliza como herramienta de promoción la página web institucional, en la cual se describe la misión, visión, proyectos y servicios que posee la Asociación y a través de brochures donde promocionan los servicios de la finca. Por otro parte, hacen otro tipo de promoción con la realización de los tours mensuales que llevan a cabo, éste se hace a través de correo electrónico que se dirigen a las personas miembros de la Asociación y estos la envían a sus contactos personales, el cuál limita el universo del ecoturista potencial, o simple y sencillamente turismo planificado mediante conocidos de los directivos y beneficiarios de los diferentes proyectos. (Ver pregunta No. 13 de la entrevista realizada a directivos de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador)

En cuanto a la publicidad televisiva, radial y escrita, se puede decir que no existe ninguna forma de realizarla por parte de la Asociación para dar a conocer la finca San Jorge a la población en general, puesto que esto requiere un gasto adicional para realizar la publicidad en los diferentes medios de comunicación como radio, prensa y televisión y la Asociación no cuenta con recursos para este rubro.

f. ANÁLISIS F.O.D.A.

Al ser la Finca San Jorge subsidiaria de la Asociación Nueva Amanecer de El Salvador, debe de verse como Unidad, el cual requiere un análisis exhaustivo y profundo, acerca del funcionamiento de la misma y analizar su situación administrativa y organizacional que influyen directamente con respecto al reto del impulso del Ecoturismo, dando como resultado un análisis interno y externo que determina su posición actual ante este reto. La investigación se hizo con muchos propósitos, uno de los cuales es, éste análisis que se resume a continuación con la información proporcionada en la entrevista a la Directora de La Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador.

ANÁLISIS SITUACIONAL F.O.D.A FINCA SAN JORGE, SAN JULIÁN

FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • La Finca San Jorge, posee los suficientes recursos naturales para ser explotados en la práctica del ecoturismo. • La Finca cuenta con atractivos turísticos como los son, ríos, miradores, cuevas, flora y fauna, que sirve de atracción a los turistas. • Cuenta con recurso humano local, conocedor de la historia, fauna y flora del municipio. • Cuenta con una estructura básica para su funcionamiento en menor escala • Inventario minucioso de proyectos agroturísticos, desarrollados en la finca para la sostenibilidad y que sirven de atractivos turístico. • Desarrollo de turismo solidario. 	<ul style="list-style-type: none"> • La alcaldía de San Julián, está interesada y comprometida en los proyectos que ayuden a dar una mejor imagen del municipio. • Asesoría y posibilidad de conseguir apoyo financiero en ONG'S mediante gestiones con la Alcaldía, para la realización del proyecto. • Apertura de la imagen turística a nivel nacional e internacional con el impulso del gobierno central y MITUR. • Mano de obra calificada y perteneciente al municipio, generando empleos directos e indirectos. • Alianzas entre cooperativas de fincas aledañas para la promoción del ecoturismo del municipio.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de inversión y apoyo por parte de la Asociación Nuevo Amanecer en desarrollar un proyecto sostenible de ecoturismo, manteniéndose simplemente con el desarrollo de productos agrícolas como el café, bálsamo, y árboles frutales. • Escasa promoción de la Finca y sus atractivos. • No cuenta con fondos destinados para realizar una publicidad masiva en los diferentes medios de comunicación. • Falta de planificación, y estrategias de comercialización encaminadas en dar promoción, organización y empuje del ecoturismo en la Finca. • Centralización de actividades por parte de la Asociación Nuevo Amanecer • Escasez de transporte hacia la Finca y cantones aledaños. 	<ul style="list-style-type: none"> • Degradación ambiental acelerada. • La crisis económica y austeridad en gastos de recreación por parte de las familias Salvadoreñas. • Competencia ecoturística de otros municipios cercanos como lo son Mizata, Caluco, Palo Verde. • Desastres naturales que imposibiliten el acceso a la Finca. • Incipiente Cultura turística. • Violencia social. • Mal estado del acceso de dos kilómetros en el tramo que conlleva a la finca

Asimismo, se determinaron posibles factores de éxito para la ejecución del proyecto:

- Conservación y preservación de áreas protegidas del municipio
- Accesos en buenas condiciones (carretera en buen estado y señalizada)
- Cercanía
- Rutas turísticas existentes.

g. ANÁLISIS DE LA PARTICIPACIÓN DEL GOBIERNO LOCAL

Al entrevistar a los miembros del Concejo Municipal de San Julián, con respecto a qué proyectos se han trazado como apoyo al turismo, se obtuvo como respuesta que, la nueva gestión pretende apostarle a la transformación del municipio con el desarrollo de una ruta turística que promueva el ecoturismo de la zona, las tradiciones, cultura, historia, y emular lo que ha hecho Suchitoto, y Juayúa a nivel nacional, promoviendo festivales gastronómicos y otras actividades que contribuyan a dar mayor realce al municipio turísticamente, a través de un desarrollo turístico – medio ambiental de San Julián. Ver pregunta No. 13 de la entrevista realizada al personal de la Alcaldía Municipal de San Julián).

Así mismo, al indagar sobre el apoyo que la Alcaldía brindaría al proyecto de ecoturismo de la finca San Jorge, es la de realizar gestiones ante instituciones como el Ministerio de Obras Públicas, Transporte, vivienda y Desarrollo Humano (MOP), Fondo de Conservación Vial (FOVIAL) o la búsqueda de presupuesto para la reparación de las vías de acceso para llegar al lugar. (Ver pregunta No. 6 de la entrevista realizada al personal de la Alcaldía Municipal de San Julián).

Por otro lado, al preguntar a la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador de qué forma la Alcaldía de la zona podría contribuir o apoyar el proyecto de ecoturismo de la finca, se obtuvo que por el momento la Asociación está trabajando en una carta de compromiso para establecer una alianza con la municipalidad que incluya una ordenanza municipal en el tema de medio

ambiente y una unidad ambiental que ayude a conservar las áreas protegidas de la zona. Otra de las acciones que se están tomando es participar como institución en los diferentes cabildos para que se considere la reparación de calles y sea ésta incorporada en el plan de acción de la Alcaldía en esta gestión, que contribuya a una mejor atracción turística del lugar por cercanía y acceso y no solamente eso, sino que beneficie a los habitantes del lugar. (Ver pregunta No. 14 de la entrevista realizada a directivos de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador)

Con respecto a la seguridad ciudadana, los miembros Concejales de la Alcaldía manifestaron que dan apoyo por el momento solo con los agentes del CAM, pero a medida que se vaya incrementando la afluencia de visitantes al municipio se tomarán las medidas necesarias para brindar la seguridad al turista. (Ver pregunta No. 7 de la entrevista realizada al personal de la Alcaldía de San Julián).

E. ALCANCE Y LIMITACIONES

1. ALCANCE

1. Un alcance palpable fue la obtención de información por parte directivos de la Asociación los cuales estuvieron abiertos a una entrevista, en la cual se evacuaron diversas dudas acerca del proyecto y documentación relacionada.
2. Otro alcance es que a pesar de la distancia se pudo obtener una entrevista con el personal del Concejo Municipal de la Alcaldía de San Julián en la cual, se proporcionó información relevante acerca de los diferentes proyectos que tienen planeados para promocionar el municipio turísticamente.
3. El propósito de la investigación es brindar una herramienta que sirva de base para futuros proyectos de expansión, modernización y desarrollo de la Finca San Jorge.
4. Disposición y colaboración de las personas encuestadas en la recopilación de información para la muestra.

2. LIMITACIONES

1. Una de las restricciones que se tuvieron en el desarrollo de la investigación fue en obtener los datos de las estadísticas realizadas en el municipio para la determinación de la muestra de la población a encuestar, puesto que ni la Asociación con los respectivos registros de la finca, ni la alcaldía con las visitas turísticas al municipio, brindaron esta información.
2. Una limitación fue que los horarios de trabajo de la Alcaldía no concordaban con los horarios de trabajo del grupo investigador, retardando la cita de la entrevista a realizar al personal del Concejo de la Alcaldía de San Julián.
3. Otra limitante fue la distancia para visitar el proyecto objeto de estudio y pasar las encuestas a la población muestra, incurriéndose en gastos de transporte para el traslado.

F. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. CONCLUSIONES

- 1.1 La Asociación Nuevo Amanecer no cuenta con un plan Estratégico de comercialización para la venta de los servicios del ecoturismo de la finca de San Jorge.
- 1.2 La Asociación Nuevo Amanecer no cuenta con fondos propios para realización de una publicidad exhaustiva en medios televisivos, radiales y escritos para dar a conocer la finca San Jorge.
- 1.3 La Accesibilidad vial hacia la finca San Jorge, presenta un deterioro en un tramo de aproximadamente tres kilómetros, lo que dificulta el acceso y limita la llegada de los vehículos sin doble tracción que en consecuencia minimiza las visitas a la finca.
- 1.4 La finca no cuenta con una señalización que guíe al visitante cómo llegar al lugar.
- 1.5 La Asociación no cuenta con el apoyo de la Alcaldía de San Julián, dado que no cuentan con una unidad que se encargue de la actividad turística y la protección medio ambiental del municipio.

- 1.6 En el municipio de San Julián, no existe una ruta fluida de transporte hacia los cantones aledaños, en donde se encuentra la Finca San Jorge, mermando un solo viaje en todo el día, desde el cantón piedra blanca hasta el municipio de san Julián y viceversa.
- 1.7 La infraestructura que posee la Finca San Jorge para el alojamiento de los turistas que consta de tres cabañas y una cafetería, está siendo subutilizada para el propósito por el cual fue creada.
- 1.8 Se evidencia que el personal de la finca San Jorge, está más adiestrado a procesos agrícolas que en lo referido en atención al cliente.

2. RECOMENDACIONES

- 2.1 Se recomienda a la Asociación Nuevo Amanecer, elaborar a corto plazo planes estratégicos y planes tácticos para la comercialización de la venta de los servicios ecoturísticos de la finca de San Jorge.
- 2.2 Gestionar el apoyo con otras organizaciones mediante la formación de alianzas de cooperación en materia de publicidad e interesadas en el desarrollo del turismo para la obtención de fondos necesarios a través de donaciones o créditos que sirvan para la elaboración y estudio de una publicidad atractiva al turista en general.
- 2.3 .Se recomienda a la Asociación en coordinación con la Alcaldía, gestionar con EL Fondo de Conservación Vial, y el Ministerio de Obras Públicas para la reparación o reconstrucción del tramo faltante y completar el acceso sin dificultad hacia la finca, esto permitirá la afluencia mayor de visitantes al no tener restricciones vehiculares.
- 2.4 Se recomienda a la Asociación Nuevo Amanecer gestionar en coordinación con la Alcaldía de San Julián la señalización no sólo para la finca, sino que también la señalización del municipio que guíe al visitante turísticamente en la zona.

- 2.5 Se recomienda a la Asociación Nuevo Amanecer instar a la Alcaldía que dentro de su estructura organizativa se considere la creación de la Unidad Medio Ambiental y apoyar la actividad turística del municipio.
- 2.6 Se recomienda a la Alcaldía estudiar la factibilidad de la creación de la unidad encargada de la actividad del turismo y de protección medio ambiental con la ayuda de consultores especialistas en el ramo de turismo.
- 2.7 Se recomienda que la Asociación gestione ante la Municipalidad y el Ministerio de Transporte ampliar el servicio de transporte en la zona que facilite la llegada de visitantes a la finca: ya sea éste a través de buses, transporte liviano de carga y moto taxis.
- 2.8 Se recomienda a la Asociación elaborar un plan de comercialización que promuevan estadías de los visitantes más de un día, para que la infraestructura sea utilizada.
- 2.9 Se recomienda a la Asociación gestionar un plan de capacitaciones que incluya al personal de la finca en un Seminario del Servicio al Cliente.

CAPÍTULO III

PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIALIZACIÓN QUE CONTRIBUYA AL INCREMENTO DEL ECOTURISMO EN LA FINCA SAN JORGE A TRAVÉS DE LA ASOCIACIÓN NUEVO AMANECER, UBICADA EN EL MUNICIPIO DE SAN JULIÁN, DEPARTAMENTO DE SONSONATE

A. IMPORTANCIA

La Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador, como una institución social sin fines de lucro, cuenta con una diversidad de proyectos sociales los cuales requieren financiamiento, para ello se han iniciado proyectos de generación de ingresos entre ellos, la finca San Jorge el cual se pretende convertirlo en la fuente de financiamiento principal para estos proyectos. Es aquí donde radica la importancia de llevar a cabo el plan de comercialización para la venta de los servicios de la finca San Jorge.

Por lo tanto, la importancia de la propuesta es dar un aporte a la Asociación Nuevo Amanecer con la implementación de un plan estratégico de comercialización para la explotación del potencial que posee la finca San Jorge, que contribuya al desarrollo del ecoturismo en la zona, beneficiando no sólo a la finca en sí, sino que también a la población habitante de la zona, así mismo, contribuir al desarrollo del municipio de San Julián.

Lo anterior permitirá lograr una mayor rentabilidad en la venta de los servicios y atractivos de la finca, contribuyendo en la generación de empleo local, impulsando el ecoturismo en la zona a través de la conservación de los recursos naturales y dar a conocer al municipio como una ruta turística alternativa.

B. OBJETIVOS

1. GENERAL

Diseñar un plan estratégico de comercialización para contribuir al incremento del ecoturismo de la finca San Jorge en el municipio de San Julián, Departamento de Sonsonate, con la finalidad de generar ingresos para financiar los proyectos sociales de la Asociación Nuevo amanecer de El Salvador.

2. ESPECÍFICOS

- a) Diseñar una mezcla estratégica de mercado para la venta de los servicios ecoturísticos de la finca San Jorge.

- b) Formular estrategias de promoción y comercialización de los servicios de la Finca San Jorge para dar a conocer el lugar como un destino ecoturístico.

- c) Determinar los recursos necesarios para la ejecución del plan estratégico de comercialización.

C. DISEÑO DE UN MODELO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICO

Para la realización de un modelo de planeación estratégica primeramente, es necesario definir la misión de la organización, así como también realizar un análisis de la situación actual y plantear los objetivos de la organización para finalmente elegir las estrategias más apropiadas para ésta. En el caso de la finca San Jorge, cabe mencionar que es un proyecto más de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador y dado que no está considerado actualmente en la misión de la institución, se hace necesario replantear la misión y visión, reformulándola de la siguiente manera:

1. FORMULACIÓN DE LA MISIÓN

Contribuir a generar las condiciones necesarias para mejorar la calidad de vida de la población, facilitando procesos de calidad en educación, salud y desarrollo comunitario; fortaleciendo sus habilidades, capacidades, esperanzas y conciencia crítica a través de proyectos sociales, agroecológicos y ecoturísticos sostenibles; para la transformación de la realidad salvadoreña, con valores cristianos y equidad social.

2. FORMULACIÓN DE LA VISIÓN

Ser una institución fortalecida desde la experiencia con conciencia social crítica, y capacidad técnica, recursos humanos, materiales y financieros estables, que permitan desarrollar procesos educativos, de salud, y desarrollo comunitario, para seguir promoviendo los valores del amor,

solidaridad, justicia, respeto a la vida y medio ambiente; comprometida con la transformación humana, social desde la opción preferencial por las y los pobres.

3. POLÍTICAS

- a) Brindar a los visitantes de la finca la confianza y seguridad en el lugar.
- b) Mantener y aumentar la señalización turística que estén de acuerdo al entorno natural de la finca.
- c) Ofrecer a los visitantes precios accesibles de los servicios ecoturísticos y de alojamiento.
- d) Ofrecer a los visitantes alternativas de alojamiento y consumo de los servicios, así como también la alternativa de poder ingresar alimentos, cancelando solamente el ingreso y estancia del lugar en viajes de un solo día.
- e) Mantener en excelentes condiciones la infraestructura con la que cuenta actualmente la finca San Jorge, en lo que respecta a mobiliario y equipo, limpieza y el entorno ambiental que rodea las instalaciones.
- f) Capacitar constantemente al personal de la finca en sus respectivas áreas de manera que contribuya a brindar un servicio de calidad.

- g) Promover el respeto, la conservación y la protección de los patrimonios naturales a los visitantes de la finca.
- h) Velar por la creación y aplicación de una Ordenanza Municipal que regule la conservación de los recursos naturales del municipio.

4. MERCADO META

De acuerdo a los resultados obtenidos, el mercado meta al cual deben dirigirse los esfuerzos mercadológicos, son todas aquellas personas consideradas como ecoturistas potenciales, a quienes se pretende satisfacer las necesidades de esparcimiento y recreación, considerando el perfil de éstos entre las edades de 18 a 45 años, entre hombres y mujeres, ya sean éstos casados o solteros, dado que los paseos se pueden realizar en familia o con amigos. Dicho perfil corresponde a los resultados obtenidos del cuestionario dirigido a ecoturistas potenciales.

5. MEZCLA ESTRATÉGICA DE COMERCIALIZACIÓN

a. PRODUCTO

La finca San Jorge ofrece es un lugar ecoturístico de esparcimiento y descanso basado sobre todo entre el contacto y la armonía del ser humano con la naturaleza, como una alternativa más para vacacionar dirigido al adulto – joven, y así también crear conciencia sobre la importancia del medio ambiente y su conservación, que contribuya a incrementar el ecoturismo en la zona y al desarrollo del municipio turísticamente.

Básicamente lo que la finca ofrece son los servicios de alojamiento, restaurante, transporte, guía turístico y otros con los que cuenta entre ellos; paseos guiados a caballo y los cuatro atractivos miradores para disfrutar de vistas panorámicas hacia el océano pacifico y las montañas.

a.1. Objetivo del Producto

Lograr el incremento del ecoturismo en la finca San Jorge a través de la venta de sus servicios.

a.2. Estrategia del Producto

- Crear el deseo en la población de la importancia del contacto y la armonía entre el ser humano y la naturaleza para atraer turistas a la finca San Jorge, como una alternativa ecoturística de esparcimiento.
- Brindar un servicio de calidad considerando los gustos y preferencias de los ecoturistas potenciales.
- Crear una ruta turística atractiva a los visitantes, estableciéndola como **LA RUTA DEL BÁLSAMO**.

a.3 Descripción del producto que ofrece la Finca San Jorge

FACHADA Y ENTRADA PRINCIPAL DE LA FINCA SAN JORGE



Letrero ubicado en la entrada de la Finca San Jorge, en la que se hace énfasis a todos los visitantes del tipo de finca que es, y características particulares que podrá encontrar en ella.



Interior de una de las tres cabañas que posee la Finca para el alojamiento, son cómodas y seguras para descansar con su propio baño



Vista externa de una de las tres cabañas para el alojamiento en la Finca San Jorge.



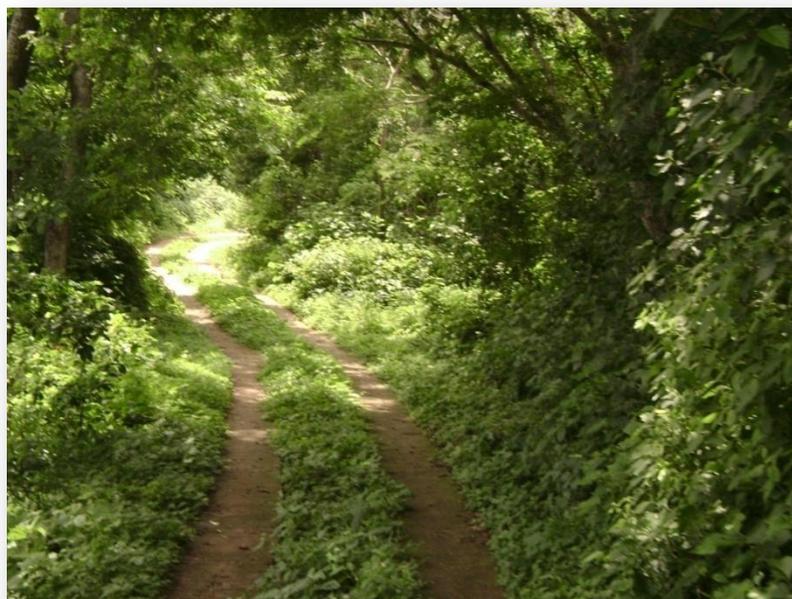
Otra de las cabañas la cual cuenta vista al mirador de los volcanes.



Vista externa de la Cafetería, para el consumo Alimentos y Bebidas.



Vista de los senderos que conducen a los diferentes atractivos de la finca.

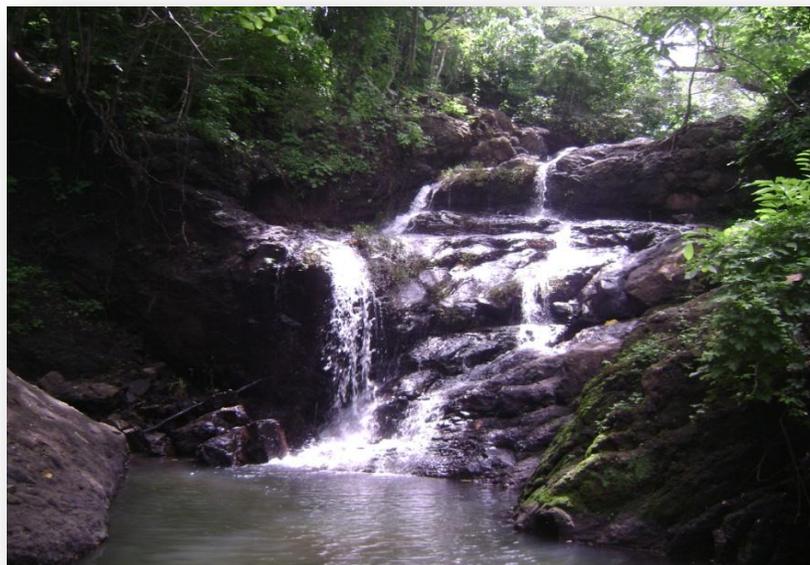


Una de las rutas ecoturísticas de la finca, donde los visitantes pueden llegar es al cultivo de

Hortalizas como un proyecto agroecológico



Uno de los principales atractivos después de las caminatas ecoturísticas es el Rio Tazulá, donde se pueden refrescar con aguas cristalinas.



La Cueva del Silencio, cueva milenaria hogar de cientos de murciélagos, otro de los atractivos de la Finca, donde se puede apreciar el hogar de estos mamíferos voladores.



Escalón del Amate, inmensa roca en la que se ha adherido un árbol de amate de donde proviene el nombre, como atractivo donde los visitantes pueden subir el árbol escalando sus raíces o por el puente colgante y apreciar el paisaje.



El Tigüilote, área de picnic, descanso y Glorietas.



Mirador Puesta de Sol donde se puede apreciar el paisaje y divisar el océano.



Mirador Los Volcanes de donde se puede apreciar el volcán de Izalco y el cerro Verde.



Demostración del proceso de la recolección y extracción del bálsamo y recolección del café.



Finalmente, conociendo todos los atractivos que ofrece la finca San Jorge y para la explotación de su potencial, se propone denominar la ruta que conduce a ella, como ruta turística: **LA RUTA DEL BÁLSAMO**, que comprenderá desde el Parque Central del Municipio de San Julián hasta la finca San Jorge, pasando por la Cueva de los Pericos, cascadas pequeñas y disfrutar de vistas panorámicas de la riqueza que tiene el municipio de sus reservas naturales hasta llegar a la finca San Jorge y poder descansar en las cabañas o glorietas y realizar las caminatas con guías a los diferentes atractivos de la finca, entre otras, adicionales y de aprendizaje como las demostraciones del proceso y extracción del bálsamo.

a.4 Características requeridas para el Producto

Las características requeridas por los consumidores para adquirir el producto son las siguientes:

- Seguridad e higiene
- Clima agradable
- Económico
- Accesibilidad al lugar

La información obtenida sobre las características requeridas por los ecoturistas potenciales, fue de acuerdo a la investigación de campo realizada.

b. PRECIO

b.1 Objetivo del Precio

Establecer precios diferenciados y atractivos accesibles para los diferentes tipos de visitantes de los diferentes servicios que ofrece la finca.

b.2 Estrategias del Precio

Fijar los precios con base a los siguientes criterios:

- Los precios que correspondan a paquetes ecoturísticos completos que incluyan alojamiento, alimentación, caminatas con guías asignados para las diferentes rutas.
- Los precios que incluyan solo la entrada y estancia en el lugar. (Uso de día)
- Los precios que incluyan el servicio de cafetería, entrada, estancia en el lugar, y caminatas con guías.
- Establecer precios especiales para grupos con un mínimo de 10 personas, en las distintas modalidades ya sea paquete completo o uso de día.
- Precio especiales para estudiantes con carnet, personas de la tercera edad y niños menores de 7 años.

b.3 Acciones

- Establecer el precio de la entrada en \$ 1.00 a excepción de los niños menores de 7 años y personas de la tercera edad que será de gratis.
- Para grupos mayores de 10 personas se aplicara un 15% descuento en el precio total de la estancia.
- Establecer paquetes para grupos de investigación, seminarios, iglesias y público en general que harán uso de las instalaciones de la Finca.
- Alquiler de Tiendas de campaña, en \$ 5.00 para cuatro personas, y en \$ 7.00 para ocho personas.

En los paquetes que se ofrecen existen tres niveles de servicio:

Paquete Económico:

Para grupos mayores de diez integrantes que tendrá un costo de \$12.00 por persona y por día, lo que incluye local, almuerzo y café.

Paquete Especial:

Con un costo de \$15.00 dólares por persona y por día el cual incluye almuerzo, local y dos refrigerios.

Paquete Completo:

Que incluye los tres tiempos de comida, dos refrigerios y el alojamiento para un mínimo de 10 personas. Con un costo de \$ 30.00 por persona.

c. PLAZA

c.1 Objetivo de la Plaza:

- Mejorar los servicios de la finca para brindar un servicio de calidad.
- Establecer y mejorar la señalización en el desvío hacia el municipio de San Julián y desde ahí orientar a la ruta hacia la Finca San Jorge, para facilitar el acceso a ecoturistas potenciales.
- Mejorar la señalización interna y externa de la Finca San Jorge, que oriente al ecoturista de las distintas rutas y atractivos naturales que posee.
- Velar por el buen cuidado y conservación del entorno de la finca mediante el uso adecuado de las instalaciones.
- Optimizar y diseñar una infraestructura adecuada e idónea de los lugares con potencial de atracción de la Finca en zonas donde no se afecte los recursos naturales.
- Mantener y brindar la seguridad necesaria al ecoturista que visite la finca, dándole la plena confianza para que su viaje sea seguro.

c.2 Estrategias de la Plaza:

- Zonificar y señalizar el acceso y las rutas establecidas para que sirvan de guía a los ecoturistas y facilitar su recorrido en la finca.

- Modificar las instalaciones existentes

- Mejoramiento de los controles y del procedimiento de ingreso de los visitantes

- Mejorar el servicio de alojamiento y alimentación dentro de las instalaciones

- Velar por la conservación de los recursos naturales que contribuya a minimizar el impacto negativo que se genere por la visita de ecoturistas en la finca.

- Inducir al visitante a que contribuya al cuidado de la vegetación durante su estancia y recorridos de las rutas dentro de la finca.

- Enviar una solicitud a la Policía Nacional Civil del Municipio de San Julián, para que de apoyo en actividades de seguridad a la afluencia de personas que se dirigen a la finca.

c.3 Acciones:

Para el correcto diseño del Plan Estratégico se hace una propuesta de diversas áreas de acción las cuales están relacionadas entre sí, para contribuir con el desarrollo del Ecoturismo de la finca San Jorge, Municipio de San Julián. Las cuales se detallan como sigue:

Plan de Acción
Finca San Jorge, Municipio de San Julián
Área de Acción: Plaza - Infraestructura ecoturística

Acción a implementar	Recursos	Cantidad	Costo Unitario	Costos Totales
Modificar la casa principal de la finca como salón de usos múltiples para capacitaciones y eventos.	Remodelación			
	Materiales de construcción	1	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
	Mano de obra	2	\$ 200.00	\$ 400.00
	Acabados	1	\$ 300.00	\$ 300.00
	Equipo Audiovisual			
	Cañón retroproyector	1	\$ 699.00	\$ 699.00
	Laptop	1	\$ 805.00	\$ 805.00
	Pantallas retroproyectoras	2	\$ 50.00	\$ 100.00
	Mobiliario			
	Sillas metálicas acolchonadas	50	\$ 25.00	\$ 1,250.00
	Mesas rectangulares plegables	5	\$ 75.00	\$ 375.00
Cafetera (capacidad 50 tazas)	1	\$ 80.00	\$ 80.00	
Construcción de 2 cabañas de 7 x 4 mts.	Materiales de construcción (ladrillo, cemento, arena, hierro, lámina, cielo falso, etc.)	1	\$ 5,587.50	\$ 5,587.50
	Mano de obra	3	\$ 300.00	\$ 900.00
	Transporte	1	\$ 200.00	\$ 200.00
Mobiliario de equipamiento de las dos nuevas cabañas	Camarotes, sillas, mesitas, lámparas, ropa de cama y accesorios varios	2	\$ 1,500.00	\$ 3,000.00
Adecuar el espacio físico al aire libre destinado para acampar	Jardinero/ Jornalero	1	\$ 10.00	\$ 10.00
Adquisición de tiendas de campaña	Tienda de campaña para 4 personas	2	\$ 35.00	\$ 70.00
	Tienda de campaña para 8 personas	2	\$ 50.00	\$ 100.00
COSTOS TOTALES				\$ 16,376.50

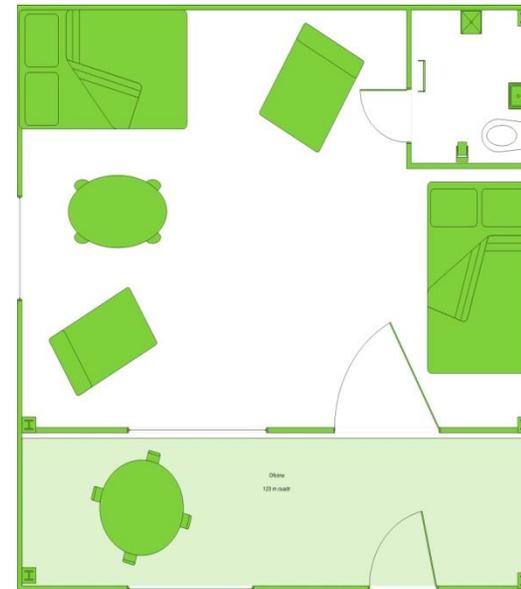
Fuente: Office depot, Construmarket, Jaguar Sportic, S.A. de C.V y Almacenes Comerciales.



DISEÑO DE CABAÑAS DE 4 METROS DE ANCHO POR 7 DE LARGO

Área de 7 x 4 mts. En esta área de las cabañas debe considerarse área 1.5 mts. Para baño completo, ducha, servicio y lava manos. Un área de 1.5 mts. O 2 mts. De pasillo o corredor en el frente. Cabañas de bloque de 10 cm las paredes, con algunos detalles de enchape de madera rustica o bambú. Techo de lámina canalada de las más fuerte que existe. Encieladas con cielo falso Piso con ladrillo rojo.

ÁREA DE CAMPING PROPUESTA



Área de 7 x 4 mts. En esta área de las cabañas debe considerarse área 1.5 mts. para baño completo, ducha, servicio y lava manos. Un área de 1.5 mts. O 2 mts. De pasillo o corredor en el frente. Cabañas de bloque de 10 cm las paredes, con algunos detalles de enchape de madera rustica o bambú. Techo de lámina canalada de las más fuerte que existe. Encieladas con cielo falso Piso con ladrillo rojo.

**PLAN DE ACCIÓN
FINCA SAN JORGE, MUNICIPIO DE SAN JULIÁN
ÁREA DE ACCIÓN: SEÑALIZACION ECOTURISTICA (2010- 2014)**

OBJETIVO: • Mejorar la señalización interna y externa de la Finca San Jorge, que oriente al ecoturista de las distintas rutas y atractivos naturales que posee.																							
ACCIONES	RESPONSABLE	CRONOGRAMA																					
		2010				2011				2012				2013				2014					
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
ESTRATEGIA: Zonificar y señalizar el acceso y las rutas establecidas para que sirvan de guía a los ecoturistas y facilitar su recorrido en la finca																							
Instalación de dos vallas publicitarias, una en la entrada al desvío de San Julián sobre la carretera hacia Sonsonate (CA8), y la otra en la entrada de la Calle que conduce a Cuisnahuat	Proveedor de Servicios Publicitarios.		■				■				■				■				■				
Realizar con el personal involucrado directamente en la Finca San Jorge la señalización de las diferentes rutas turísticas de la finca con los recursos de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador.	Encargado del proyecto de ecoturismo de la finca San Jorge, y personal contratado.	■	■	■																			

Plan de Acción
Finca San Jorge, Municipio de San Julián
Área de Acción: Plaza - Señalización ecoturística

Acción a implementar	Recursos	Cantidad	Costo Unitario	Costos Totales
Señalización interna de la finca	Costaneras de 4 varas	8	\$ 4.95	\$ 39.60
	Regla rioza de 4 varas	8	\$ 6.25	\$ 50.00
	Galón de Barniz	1	\$ 24.50	\$ 24.50
	Galón de pintura de aceite color verde	1	\$ 18.00	\$ 18.00
	Galón de pintura de aceite color blanco	1	\$ 18.00	\$ 18.00
	Mano de obra	2	\$ 24.00	\$ 48.00
Instalación de vallas publicitarias	Vallas publicitarias	2	\$ 904.00	\$ 1,808.00
COSTOS TOTALES				\$ 2,006.10

Fuente: Ferreterías Sherwin Williams y Anunciadora Salvadoreña

Valla publicitaria en la entrada al desvío hacia San Julián.



Señalización interna de la finca San Jorge.



Plan de Acción
Finca San Jorge, Municipio de San Julián
Área de Acción: Plaza – Recurso Humano

Acción a implementar	Recursos	Cantidad	Costo Unitario	Costos Totales
Capacitación en el área de servicio al cliente	Servicios de capacitación	3	\$ 45.00	\$ 135.00
Capacitación en el área de alimentación	Servicios de capacitación	2	\$ 69.00	\$ 138.00
Mejorar el control del ingreso de los visitantes a la finca	Libro de registro de visitantes de 500 páginas foliadas	1	\$ 16.00	\$ 16.00
COSTOS TOTALES				\$ 289.00

Fuente: FEPADE y Librería Ibérica.

SERVICIOS DE CAPACITACIÓN A CONTRATAR

Capacitación: Servicio al Cliente

Lugar: FEPADE

Duración: 8 horas

Objetivo: Mejorar la atención al visitante para brindar un servicio de calidad.

Duración	Contenido	Objetivo	Metodología	Responsable	Recursos	Costos
8 horas	Excelencia en la atención al turista	Proporcionar al participante las herramientas para brindar un mejor servicio al turista	Expositiva, práctica y participativa	Capacitador de FEPADE	Papelería y equipo audiovisual	\$ 45.00

Capacitación: Alimentación

Lugar: Instituto Tecnológico Centroamericano (ITCA)

Duración: 16 horas

Objetivo: Brindar calidad en el servicio ofreciendo una variedad de platillos al visitante

Duración	Contenido	Objetivo	Metodología	Responsable	Recursos	Costos
16 horas	Comida a la Vista	Proporcionar al participante el conocimiento para la elaboración de los diferentes platillos de comida	Teórica y práctica	Capacitador del ITCA	Instalaciones apropiadas para la elaboración de comidas	\$ 69.00

**PLAN DE ACCIÓN
FINCA SAN JORGE, MUNICIPIO DE SAN JULIÁN
ÁREA DE ACCIÓN: SEGURIDAD (2010- 2014)**

OBJETIVO: Mantener y brindar la seguridad necesaria al ecoturista que visite la finca, dándole la plena confianza para que su viaje será seguro.																					
ACCIONES	RESPONSABLE	CRONOGRAMA																			
		2010				2011				2012				2013				2014			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ESTRATEGIA: Enviar una solicitud a la Policía Nacional Civil del Municipio de San Julián, para que de apoyo en actividades de seguridad a la afluencia de personas que se dirigen a la finca.																					
Solicitar que miembros de la Policía Nacional Civil realicen recorridos en bicicletas en los alrededores del municipio y en la cercanía de la Finca San Jorge, en temporada vacacional y fin de año.	Encargado del proyecto de ecoturismo de la finca San Jorge, designado por la Asociación Nuevo Amanecer		■		■		■		■		■		■		■		■		■		■

Esta área de acción no incurrirá en costos para la finca San Jorge de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador, dado que solamente se solicitará a la Policía Nacional Civil, que brinde mayor seguridad en la zona.

PLAN DE ACCIÓN
FINCA SAN JORGE, MUNICIPIO DE SAN JULIÁN
ÁREA DE ACCIÓN: IMPACTO DE LOS VISITANTES (2010 -2014)

OBJETIVO: Velar por el buen cuidado y conservación del entorno de la finca mediante el uso adecuado de las instalaciones.																					
ACCIONES	RESPONSABLE	CRONOGRAMA																			
		2010				2011				2012				2013				2014			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ESTRATEGIA: Velar por la conservación de los recursos naturales que contribuya a minimiza el impacto que se genere por la visita de ecoturistas en la finca.																					
Informar a los visitantes sobre las diferentes zonas establecidas como rutas y el esfuerzo físico que requiere cada una de ellas, y a su vez explicarles las dificultades que podrían presentar por el esfuerzo que requieren; ya sean éstas por recorridos demasiado largos y dificultosos debido al terreno, entre otros.	Guías de la Finca.																				
Realizar charlas introductorias a los visitantes para explicarles la importancia de proteger y conservar el medio ambiente.	Guías de la Finca.																				
Establecer y divulgar las reglas que deberán acatar y cumplir los visitantes para su estancia en el lugar y colocar éstas en lugares visibles	Guías de la Finca.																				

Plan de Acción
Finca San Jorge, Municipio de San Julián
Área de Acción: Plaza - Impacto de los visitantes

Acción a implementar	Recursos	Cantidad	Costo Unitario	Costos Totales
Informar a los visitantes sobre las diferentes rutas y el esfuerzo físico que se requiere para llegar a ellas	Guía	2	\$ 192.50	\$ 385.00
Charlas introductorias para proteger y conservar el medio ambiente				
Divulgación de las reglas que deberán cumplir los visitantes en la finca	Afiches	50	\$ 1.31	\$ 65.50
COSTOS TOTALES				\$ 450.50

Fuente: Empresa Producción Publicitaria, Roberto Chang Peña.

Afiche a colocar en la entrada y las diferentes cabañas, la cafetería, el salón de usos múltiples, para concientizar a los visitantes de la Finca.



piensa verde

COMO PUEDE CONTRIBUIR A CONSERVAR EL MEDIO AMBIENTE EN LA FINCA SAN JORGE

1. Depositar la basura en los recipientes respectivos
2. Cuidar la vegetación no maltratando ni cortando las plantas
3. No realizar fogatas
4. Respetar las señalizaciones establecidas para cada ruta
5. Seguir las instrucciones del guía
6. No desperdiciar el agua

d. PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

d.1 Objetivo estratégico

Designación de Recursos Financieros por Parte de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador a la Promoción de la Finca San Jorge en diferentes medios de comunicación oral, escrita, y en línea.

d.2 Estrategias

- Crear herramientas publicitarias como brochures, vallas publicitarias anuncios para revista que describan los diferentes atractivos ecoturísticos que ofrece la finca.
- Establecer contactos con instituciones educativas de la zona para promover el ecoturismo y promocionar la finca San Jorge.
- Participar en ferias de turismo y agroecológicas alrededor del país, a fin de dar una promoción más amplia de los servicios a las personas involucradas en el medio.
- Publicar un anuncio en una revista de turismo centroamericana "REVUE" para dar a conocer la Finca San Jorge.

- Actualizar periódicamente la página web de la finca San Jorge y crear un correo electrónico para monitorear y estar en contacto con los ecoturistas.
- Unirse a la base de datos del Ministerio de Turismo para la promoción de los lugares ecoturísticos como alternativa de sano esparcimiento.

d.3 Acciones:

Para el correcto diseño del Plan Estratégico se hace una propuesta de diversas áreas de acción las cuales están relacionadas entre sí, para contribuir con el desarrollo del Ecoturismo de la finca San Jorge, Municipio de San Julián. Las cuales se detallan como sigue:

**PLAN DE ACCIÓN
FINCA SAN JORGE, MUNICIPIO DE SAN JULIÁN
ÁREA DE ACCIÓN: PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN (2010 -2014)**

OBJETIVO: Designación de Recursos Financieros por Parte de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador a la Promoción de la Finca San Jorge en diferentes medios de comunicación oral, escrita, y en línea.																					
ACCIONES	RESPONSABLE	CRONOGRAMA																			
		2010				2011				2012				2013				2014			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ESTRATEGIA: • Crear herramientas publicitarias como brochures, vallas publicitarias anuncios para revista que describan los diferentes atractivos ecoturísticos que ofrece la finca.																					
Diseñar con información actualizada los brochures, anuncios en revista que promocionen los diferentes atractivos ecoturísticos que ofrece la finca.	Encargado de comercialización de la finca San Jorge	■				■				■				■				■			
ESTRATEGIA: Participar en ferias de turismo y agroecológicas alrededor del país, a fin de dar una promoción más amplia de los servicios a las personas involucradas en el medio.																					
Informarse sobre las diferentes actividades que realiza el Ministerio de Turismo y Corporación Salvadoreña de Turismo para participar en ellas y dar a conocer la finca y sus servicios.	Encargado del proyecto de ecoturismo de la finca San Jorge, designado por la Asociación Nuevo Amanecer		■				■				■				■				■		
Informarse y participar en los foros que impulsan la conservación del medio ambiente organizados por instituciones tales como: Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal (CENTA), Centro Salvadoreño de Tecnología Apropiada (CESTA), Asociación GAIA El Salvador, entre otras.	Encargado del proyecto de ecoturismo de la finca San Jorge, designado por la Asociación Nuevo Amanecer		■				■				■				■				■		
ESTRATEGIA: Lograr a través de la publicidad persuadir a los clientes potenciales de los beneficios de realizar ecoturismo como forma de recreación y preservación del medio ambiente.																					
Crear un slogan para posicionar a la finca San Jorge como un lugar ecoturístico que la gente puede visitar.	Propuesta equipo de trabajo	■																			
Instalar vallas publicitarias llamativas que atraigan a los turistas a visitar la finca San Jorge.	Proveedor de servicios publicitarios			■				■				■				■				■	

ÁREA DE ACCIÓN: PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN (2010 -2014)

OBJETIVO: Designación de Recursos Financieros por Parte de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador a la Promoción de la Finca San Jorge en diferentes medios de comunicación oral, escrita, y en línea.																					
ACCIONES	RESPONSABLE	CRONOGRAMA																			
		2010				2011				2012				2013				2014			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
ESTRATEGIA: • Actualizar periódicamente la página web de la finca San Jorge y crear un correo electrónico para monitorear y estar en contacto con los ecoturistas																					
Actualizar la página web cada trimestre	Proveedor de servicios informáticos																				
ESTRATEGIA: •• Establecer contactos con instituciones educativas de la zona para promover el ecoturismo y promocionar la finca San Jorge																					
Visitar Instituciones educativas del Departamento aledaños, para promover en las escuelas, que utilicen la finca para hacer sus excursiones educativas.	Encargado de comercialización de la finca San Jorge																				

Plan de Acción
Finca San Jorge, Municipio de San Julián
Área de Acción: Publicidad y Promoción

Acción a implementar	Recursos	Cantidad	Costo Unitario	Costos Totales
Impresión de brochures	Brochures	2000	\$ 0.17	\$ 330.00
Publicación en revista REVUE	Anuncio mensual de 1/8 página vertical	1	\$ 95.00	\$ 95.00
Actualización de la página Web trimestralmente	Desarrollador de Sistemas	1	\$ 84.75	\$ 84.75
Mensualmente informarse y participar sobre las actividades que realiza MITUR y entidades relacionadas al Medio Ambiente	Transporte	1	\$ 30.00	\$ 30.00
	Internet	1	\$ 24.00	\$ 24.00
	Periódicos	1	\$ 15.00	\$ 15.00
	Revistas	1	\$ 15.00	\$ 15.00
Visitar instituciones educativas aledañas al municipio y al departamento de Sonsonate	Combustible (Galón)	25	\$ 3.00	\$ 75.00
COSTOS TOTALES				\$ 668.75

Fuentes: REVISTA REVUE - Roberto Chang / Producción Publicitaria/Sistemassv./Gasolinera Texaco

Página web actual de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador

ANADES :: Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador - Windows Internet Explorer

http://www.anades.org/pages.php?Id=1

ANADES :: Asociación Nuevo Amanecer de El Sal...




Inicio | Quiénes Somos | Programas Sociales | Sostenibilidad | Como puede Colaborar | Contáctenos

Ecoturismo

TURISMO SOLIDARIO, es el que se combate un proceso de aprender sobre la situación socio-económica de la niñez y se apoya su educación, con la belleza natural de la finca, que ofrece la posibilidad de establecer el contacto con la naturaleza en espacios acogedores para disfrutar, gozar, apreciar el encanto y valorar los elementos de la vida, la energía, el agua, el viento, el paisaje y la flora, con los fundamentos prebichos de la naturaleza, generando un ambiente de belleza, frescura y tranquilidad ideal para vacaciones, desarrollo de eventos de trabajo, excursiones y más. Visitando, disfrutando, gozando la naturaleza, contribuye a la educación de niñas y niños de escasos recursos, conciencia y aprende la historia y la situación socio-económica y política de país.

¿CÓMO LLEGAR?

Para llegar a la finca San Jorge, se salen la carretera El Líbano hasta El Estero, desvíase hacia el pueblo de San Julián (Capital del Estero) (3 Km), Pasamos San Julián vía Cuernavaca (del lado de la derecha), a la altura de la escuela, desvíase a la derecha equidistante hasta el Camino El Estero. Desde el pueblo de San Julián a la finca son 10 Km de distancia. El transporte público en bus hasta San Julián es fidedigno, en San Julián a la finca, hay varias servicios alternativos bus y pedicab. El viaje en cualquier época es de las instalaciones.

¿QUÉ HACER?

La tranquilidad y la armonía de actividades al fresco y granular satisfacción, todos lugares que se brinda de Cuernavaca, con Ocho, para descansar y disfrutar:



- Hacia el Rio Turbio y disfrute en sus riberas y arroyales aguas. Al regreso entre la Finca los 10 minutos, cuatro puntos bellas y maravillosas para disfrutar: riberas paradisíacas hasta el sistema pasillos y las montañas. Un viaje al Tigre, área de agua y cascadas. El misterio la Finca el Río, se disfruta las montañas y el bosque al amanecer. "El cascado del Aguila", hermosa vista, en la que se ha establecido un área de estudio, para salir al aire, sus aguas cristalinas por sus riberas y por el punto elegancia. La fuente del silencio, fuente natural milenaria, ingresa al sistema de municipios y áreas protegidas.
- Puerto Viejo, fuente del silencio y el movimiento de agua. Disfruta la frescura y espectáculo del tiempo, terminar y descansar en el misterio "Finca de Río", una granja de café y maizales, con vista hacia el Camino Pasillo.
- Desecho de café, y Pajar loco, de la tradición y cultura, del proceso completo de la cosecha de café y Pajar loco de Kibuna, el igual que la cosecha de café.

¿DÓNDE COMER?

La cafeteria "El Estero": Pasa delicioso, disfrutar y consumir productos orgánicos. Deliciosas platillos típicos tradicionales y autóctonos, variedad e higiene, disfrutando de una bella vista hacia las colinas bellas, Tomatillo y el Cere Verde.



¿DÓNDE DORMIR?

Para pasar la noche y descansar cómodamente con almohada e higiénicas sábanas, simplemente apoyados en completa quietud y silencio.



[Ver Mas Fotos de las Instalaciones](#)

Oficina: Colonia El Monte, zona Valera # 14, San Ramón, Nejapa, El Salvador
 Teléfono: (503) 2281-033, Tel.: (503) 2274-7401
 e-mail: info@anades.org

PROPUESTA DE BROCHURE PARA LA FINCA

Contacto en armonía con la Naturaleza

Espacio para disfrutar en armonía con la naturaleza, bellísimas vistas, cuatro cabañas acogedoras. Para descansar confortable, senderos con frondosa vegetación y una cafetería donde puede deleitarse con platillos típicos, vegetarianos y muchos otros exquisitos y deliciosos menús.



CONTACTENOS
2284-1353
2274-7461
E-mail: alba@anades.org
www.anades.org

Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador

Finca San Jorge



Un proyecto de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador

¿Qué hacer?

La biodiversidad y la diversidad de actividades ofrecen y prometen satisfacción; bellos lugares que a través de Caminatas con Guías podrá descubrir y disfrutar.

- Hacia el **Río Tazula** y bañarse en sus frescas y cristalinas aguas. Al regreso sobre la **Senda los Miradores**, cuatro puntos bellos y maravillosos para disfrutar vistas panorámicas hacia el océano pacífico y las montañas.
- **Mirador el Tigüilote**, área de picnic y descanso.
- El mirador la **Piedra del Silencio**, se divisan las montañas y al fondo, el mar.
- "El escalón del Amate", inmensa roca, en la que se ha adherido un árbol de amate; para subir al árbol, dos opciones escalando por sus raíces o por el puente colgante.
- La **cueva del silencio**, cueva natural milenaria, hogar de cientos de murciélagos y otras especies.

- **Senda Verde**, dentro del cafetal y el nacimiento de agua. Disfrutar la frescura y experiencia del bosque. Terminar y descansar en el mirador "Puesta de Sol", una gloria de paja y madera, con vista hacia el Océano Pacífico.

- **Demostraciones y Experiencias** de la tradición y cultura, del proceso completo de la **Recolección y Extracción de Bálsamo**, al igual que la **Recolección**

REUNIONES Y EVENTOS

del Café.

Paquete Económico:

\$ 12.00 por persona, incluye local, almuerzo y café.

Paquete Especial:

\$ 15.00 por persona, incluye local, almuerzo, dos refrigerios y Guía (mínimo grupo de 10 personas).

Paquete Completo:

\$ 30.00 por persona, incluye local, desayuno, almuerzo y cena, hospedaje y guía a las diferentes rutas.

EXCURSIONISTAS Y VISITANTES

\$ 1.00 por Ingreso por persona, con acceso a las áreas de descanso, glorietas y hamacas según disponibilidad



CONTACTENOS
2284-1353
2274-7461
E-mail: alba@anades.org
www.anades.org

LOGO Y SLOGAN PROPUESTO PARA LA FINCA



ANUNCIO PROPUESTO PARA LA PUBLICACIÓN EN REVISTA



FINCA SAN JORGE

- Espacio para disfrutar en armonía con la naturaleza, bellísimas vistas, cabañas acogedoras para descansar confortablemente, y senderos con frondosa vegetación, una cafetería donde puede deleitarse con platillos típicos, vegetarianos y muchos otros exquisitos y deliciosos menús

CARRETERA A SONSONATE, DESVÍO A SAN JULIÁN, A 10 MINUTOS DEL MUNICIPIO DE SAN JULIÁN, SONSONATE, EL SALVADOR

Tel. (503) 2284-1353
www.anades.org




- Caminatas
- Camping
- Agroturismo
- Ríos
- Miradores
- Y mucho más

Contamos con alquiler de tiendas de campaña



VALLA PROPUESTA PARA LA FINCA SAN JORGE



PROGRAMA EDUCATIVO PROPUESTO PARA VISITAS A ESCUELAS

Sistema Educativo: educación infantil, primaria y secundaria, universitaria. Población general

Turismo: contacto y respeto por la naturaleza conociendo una zona natural típica de la zona.

DESTINATARIOS:

Estancias escolares y universitarias de uno a cinco días.

Grupos de fin de semana.

Estancias turísticas de varios días.

Población en general.

ENTORNO	TEMÁTICA	RECURSOS
BOSQUE/SELVA	AGUA	ITINERARIOS
EMBALSES	ÁRBOLES	TALLERES DIDÁCTICOS
RIO	ESTUDIO ECOSISTEMAS	JUEGOS EDUCATIVOS
MONTAÑA	FLORA Y FAUNA	VELADAS NOCTURNAS
AGRICULTURA ORGÁNICA	INTERPRETACIÓN DEL PAISAJE	TALLERES GASTRONÓMICOS
MIRADORES	GEOLOGÍA	ESPARCIMIENTO

METODOLOGÍA:

Participativa, cooperante.

Objetivos de conservación y uso de energías alternativas.

La finca San Jorge se configura como un ecosistema globalizado, con enfoque multidisciplinario.

E. MATRIZ FODA

FACTORES INTERNOS FACTORES EXTERNOS	FORTALEZAS INTERNAS	DEBILIDADES INTERNAS
OPORTUNIDADES EXTERNAS	<ul style="list-style-type: none"> • Modificando las instalaciones existentes y adecuándolas se podrán aprovechar al máximo los recursos y espacios con los que cuenta la finca, siendo utilizados como una área para acampar, un salón de usos múltiples, para conferencias o retiros y cambiar las letrinas para los visitantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementando un plan estratégico de comercialización se incrementará el ecoturismo.
AMENAZAS EXTERNAS	<ul style="list-style-type: none"> • Al mejorar el servicio de alojamiento y alimentación dentro de las instalaciones se dará valor agregado en el servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Estableciendo los medios de comunicación y lograr a través de la publicidad persuadir a los clientes potenciales de los beneficios de practicar el ecoturismo como una forma de recreación y preservación del medio ambiente.

F. PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

La propuesta del Plan estratégico de comercialización, es una guía que contribuirá al incremento del ecoturismo en la finca San Jorge, en el municipio de San Julián, para ello es necesaria su implementación.

El objetivo de este plan, consiste en lograr la correcta aplicación del plan estratégico de comercialización que contribuya al incremento del ecoturismo en la finca San Jorge y que la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador tendrá que realizar para sentar las bases que permitirán su ejecución asignando recursos, materiales, financieros, entre otros.

A continuación se presenta un resumen de los costos a incurrir para echar andar este plan, cabe mencionar de las fluctuaciones que podrían tener los precios no están estipulados en el siguiente resumen, por lo cual cualquier variación en los precios del mercado está sujeta a cotización.

G. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN DEL PROYECTO

ÁREA DE ACCIÓN	SUB TOTAL	TOTAL
Infraestructura ecoturística		\$ 16,376.50
Remodelación para salón de usos múltiples	\$ 6,509.00	
Construcción de cabañas	\$ 6,687.50	
Equipamiento de cabañas	\$ 3,000.00	
Adecuación de espacio físico al aire libre	\$ 10.00	
Adquisición de tiendas de campaña	\$ 170.00	
Señalización ecoturística		\$ 2,006.10
Señalización interna de la finca	\$ 198.10	
Instalación de vallas publicitarias	\$ 1,808.00	
Recurso Humano		\$ 289.00
Capacitación en el área de servicio al cliente	\$ 135.00	
Capacitación en el área de alimentación	\$ 138.00	
Mejora en el control de ingreso de los visitantes	\$ 16.00	
Impacto a los visitantes		\$ 450.50
Guía	\$ 385.00	
Afiches	\$ 65.50	
Publicidad y Promoción		\$ 668.75
Impresión de brochures	\$ 330.00	
Publicación en revista REVUE	\$ 95.00	
Actualización de la página Web	\$ 84.75	
Información y participación en actividades relacionadas al ecoturismo	\$ 84.00	
Visita a instituciones educativas	\$ 75.00	
COSTO TOTAL DE INVERSIÓN		\$ 19,790.85
IMPREVISTO 10%		\$ 1,979.09
TOTAL DE INVERSIÓN DEL PROYECTO		\$ 21,769.94

H. DEFINICIÓN DEL HORIZONTE DE TIEMPO

La propuesta del Plan Estratégico de Comercialización para el desarrollo del Ecoturismo de la Finca San Jorge, estará establecido para el periodo de 2010 al 2014.

I. EVALUACIÓN Y CONTROL DEL PLAN

1. Evaluación

La implementación de un plan estratégico de comercialización para incrementar el desarrollo ecoturístico de la Finca San Jorge, se realizará en los meses de Enero a Junio 2010, para fundamentar las bases que permitirán la ejecución a través de recurso humano, materiales, técnicos y financieros; además la participación activa del grupo de investigación, definiendo para ello un cronograma de actividades en donde se establecerá el tiempo en el cual deberán ser ejecutadas para lograr los objetivos propuestos en este trabajo.

2. Control

El control se realizará mediante informes de evaluación de las actividades promocionales y publicitarias cada tres meses, realizadas por la Asociación Nuevo Amanecer y la Finca San Jorge, para determinar el avance y efectividad desde el momento que se implementó el plan estratégico. La evaluación de cómo se está llevando a cabo el plan consistirá en medir cada tres meses el grado de efectividad con los objetivos establecidos y comparar los resultados reales con los planes de acción establecidos, tomando en consideración el período dado.

J. COMO SE FINANCIARÁ EL PROYECTO

La propuesta del plan, será presentada a la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador a fin de verificar la disponibilidad de fondos propios por parte de la Asociación y en su defecto será presentado a organizaciones extranjeras de ayuda a fin de obtener por lo menos un 70% de financiamiento del plan estratégico.

Lo mencionado anteriormente se refleja a continuación:

INSTITUCIÓN REPOSABLE	FONDOS MONETARIOS	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN (%)
ANADES	\$ 6,530.98	30%
ONG EXTRANJERA "X"	\$ 19,438.96	70%
TOTAL	\$ 21, 769.94	100 %

K. CRONOGRAMA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PROPUESTA

"DISEÑO DE UN PLAN ESTRATEGICO DE COMERCIALIZACIÓN PARA INCREMENTAR EL ECOTURISMO DE LA FINCA SAN JORGE, EN EL MUNICIPIO DE SAN JULIÁN, SONSONATE

ACTIVIDADES	RESPONSABLE	SEMANAS			
Reunión y Presentación del informe al personal directivo de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador para explicar el Plan Estratégico de Comercialización para incrementar el desarrollo ecoturístico de la Finca San Jorge, San Julián, Sonsonate	GRUPO DE INVESTIGACIÓN	■			
Plan Estratégico de Comercialización Propuesto	GRUPO DE INVESTIGACIÓN	■	■		
Aprobación del Plan Estratégico de Comercialización propuesto	JUNTA DIRECTIVA DE LA ASOCIACIÓN NUEVO AMANECER DE EL SALVADOR		■	■	
Implementación del Plan Estratégico de Comercialización	ENCARGADO DE PROYECTOS DE LA FINCA SAN JORGE, Y MIEMBROS DE LA ASOCIACIÓN NUEVO AMANECER DE EL SALVADOR				■

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

1. Baca Urbina, Gabriel. 2005. *"Evaluación de Proyecto"*; 4ª edición; Editorial McGraw Hill.
2. Ceballos-Lascuráin, Héctor. (1987). Estrategia Nacional de Ecoturismo para México.
3. Fred R. David, Conceptos de Administración Estratégica 2005.
4. Goodstein, Leonard D. (1998). *Planeación Estratégica Aplicada*. Mcgraw Hill Bogotá Columbia
5. Gómez Morfin, Joaquín. El control en la administración de empresas; Editorial Diana. 1ª Edición México
6. Koontz, Harold. (1998) *Administración una perspectiva Global*. México McGraw Hill
7. Koontz, Harold y Wehrich, Heinz, 1991. *"Elementos de Administración"*. 5ª Edición; Editorial McGraw Hill
8. Kotter, Phillip. (2004) *Marketing*. Décima Edición España
9. Kotler, Phillip (1991). "Fundamentos de mercadotecnia" 5ª Edición. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana. S.A.
10. Kotler Philip. (1993). *Dirección de la Mercadotecnia*. 7ª edición
11. Ohmae, Kenichi. "La mente del estratega" 2ª edición Mc Graw Hill. 2004
12. Stanton y Charles Furtrell. (1998). *Fundamentos de Mercadotecnia*. 8ª Edición McGraw Hill
13. Steiner, George A. *Planeación Estratégica*. México
14. Thompson - Strickland, Dirección y Administración Estratégicas. 6ª edición Mc Graw Hill. 1998
15. Wearing, Stephen; John Neil. "Ecoturismo: Impacto, Tendencias y Posibilidades". Edit. Síntesis, España, 1999.

TESIS

1. Carbajal Arias, Cecilia Etelvina. (2009). *Diseño de plan estratégico de mercadeo para incrementar el desarrollo ecoturístico en el municipio de Santiago Nonualco, departamento de La Paz*. UES
2. Flores Pineda, David Adonay (2008). *Propuesta de un plan estratégico de Desarrollo Ecoturístico, para el municipio de San Pedro Nonualco, Departamento de la Paz*. UES
3. López lazo, Carlos Alberto. (2009). *Diseño de un plan estratégico como herramienta de gestión y resolución de limitaciones empresariales para el sector industrial fabricantes de productos metálicos, caso ilustrativo*. UES

INTERNET

1. <http://amygomezsantos.blogspot.com/>
2. <http://www.casatur.org/>
3. <http://www.iucn.org/>
4. <http://www.elsalvadorturismo.gob.sv>
5. <http://www.es.encarta.msn.com/>
6. <http://www.marn.gob.sv/>
7. <http://www.miespacio.org/cont/aula/promoc.htm>
8. http://html.rincondelvago.com/publicidad_8.html
9. http://www.bibliodgsca.unam.mx/tesis/tes3agvv/sec_2.htm
10. <http://www.kokopelli-travel.com/home/home.html>
11. <http://spanish.peopledaily.com.cn>
12. http://www.unwto.org/index_s.php
13. <http://www.uaemex.mx/plin/psus/rev1/a03.html>

OTROS

1. Censo Poblacional 2007, DYGESTYC
2. EQ Evaluaciones S.A. de C.V. (2006). Propuesta de Desarrollo Finca San Jorge, San Salvador. Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador.
3. Ibarra Barraza, Ernesto. (Octubre 2008). "Informe final de la evaluación del Proyecto Finca San Jorge. Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador
4. Javier Moreno, Gustavo Segura y Cristlnman. (1998). Turismo en El Salvador: El reto de la Competitividad.
5. Méndez Henríquez, Aida María y otros (2004). Propuesta de Plan de Mercadeo Turístico para la Micro-región de los Nonualcos. El Salvador.
6. CORSATUR. (2001). Plan estratégico para el desarrollo sostenible y sustentable del ecoturismo en El Salvador.

ANEXOS

ANEXO No. 1
CUESTIONARIO DIRIGIDO A TURISTAS



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CUESTIONARIO DIRIGIDO TURISTAS

Buenos días somos un grupo de estudiantes egresados de la carrera de Administración de Empresas de La Universidad de El Salvador, investigando sobre un “Diseño de un Plan Estratégico de Comercialización para El Incremento del Ecoturismo de La Finca San Jorge, a través de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador; Ubicada en el Municipio de San Julián, del Departamento de Sonsonate. Cuyo propósito el implementar dicho proyecto que va en beneficio de la población del municipio de San Julián en el desarrollo del ecoturismo. Es de aclarar que dicha información será utilizada exclusivamente para fines académicos.

Marque con una X y responda solo lo que se pide:

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

1. Género:

Masculino Femenino

2. Edad:

15 - 25 años 26 - 35 años 36 - 45 años
46 - 55 años 56 - 65 años 66 – o más años

3. Estado civil:

Soltero (a) Casado (a) Divorciado (a) Viudo (a)

4. Nivel Académico:

Básica Bachillerato Universidad

5. Ingreso mensual:

\$190 - \$250 \$251 - \$350 \$351 - \$450 \$451 - o más

II DATOS ESPECÍFICOS:

6. ¿Qué lugar prefiere visitar para recrearse y descansar?

Playa Sitios Arqueológicos Lagos
Balnearios Montañas zona ecoturística
Bosque Ninguno

7. ¿Qué características considera necesarias en un sitio para ir de paseo?

Seguridad e higiene Clima agradable
Accesibilidad al lugar Vías de acceso en condiciones
Economía cercanía

8. ¿Cuándo realiza un paseo de recreación y descanso, cuánto dura su estancia?

Un día Dos días Tres días o más

9. ¿Cuándo visita los lugares para vacacionar o descansar se hace acompañar de otras personas?

Familia Amigos Excursión

10. ¿En qué temporada considera usted visitar los lugares turísticos de El Salvador?

Semana Santa Semana de Agosto Vacaciones de fin de Año
Fiestas Patronales Fines de Semana

11. ¿Cuánto está dispuesto a gastar en el lugar?

\$5 a \$20 \$25 a \$60 \$ 65 o más

12. ¿Cuánto cree que es conveniente el costo de la entrada?

\$ 1.00 \$1.50 \$2.00 \$2.50

13. ¿Ha oído hablar del ecoturismo?

Si No

Si su respuesta es **NO**, ¡Muchas gracias por su colaboración...!

III ECOTURISMO

14. ¿Si su respuesta es sí. Qué lugares ecoturísticos ha visitado?

Bosque Ríos o lagunas
Montañas Parques Nacionales

15. ¿De los lugares mencionados anteriormente, por qué los considera ecoturísticos? (marque la más importante para usted)

Preservación del medio ambiente
Armonía entre el ser humano y la naturaleza
Conservación de la Cultura e historia local

16. ¿Cómo se entero de esos lugares ecoturístico?

Amigos internet
Agencias de Viajes Periódicos
Ministerio de Turismo Alcaldía del Municipio

17. ¿Qué motivos lo llevarían a visitar los lugares ecoturísticos?

Clima y naturaleza Fiestas Patronales Historia y Cultura

18. ¿Al visitar los lugares ecoturísticos usted prefiere proveerse de los alimentos en?

Súper Mercado
Restaurante del lugar
Preparados por usted mismo

19. ¿Considera necesario de un guía para visitar un lugar ecoturístico?

Si No

20. ¿Qué le gustaría que tuviera un centro ecoturístico que usted visitará?

Miradores Ríos o lagunas
Fauna Silvestre Grutas o cuevas
Proyectos Agroturisticos

21. ¿Ha visitado el municipio de San Julián del departamento de Sonsonate?

Si No

22. ¿Si existiera un lugar ecoturístico en el municipio de San Julián, lo visitaría por cuál de los siguientes aspectos?

Cercanía Clima agradable Aventura Conocer el lugar

¡MUCHÍSIMAS GRACIAS!

ANEXO No. 2
TABULACIÓN TURISTAS

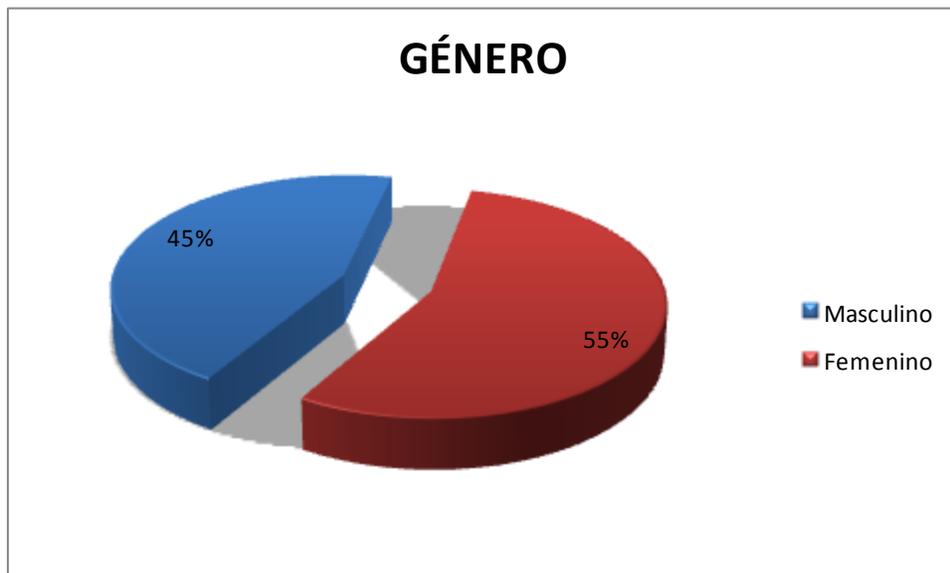
Cuestionario Dirigido a Ecoturistas:

Pregunta: 1

¿Cuál es su Género?

Objetivo: Conocer la participación de hombres y mujeres en la práctica del ecoturismo.

Alternativa	Frecuencia (f)	Porcentaje %
Masculino	67	44.67%
Femenino	83	55.33%
TOTAL	150	100%



Análisis: De acuerdo a los resultados, la mayoría son mujeres en un 55.33% quienes tienen participación en la práctica del ecoturismo, lo cual va acorde a la población del país, siendo en su mayoría conformada por mujeres. Esto indica que la participación del género masculino en la práctica del turismo es en menor proporción.

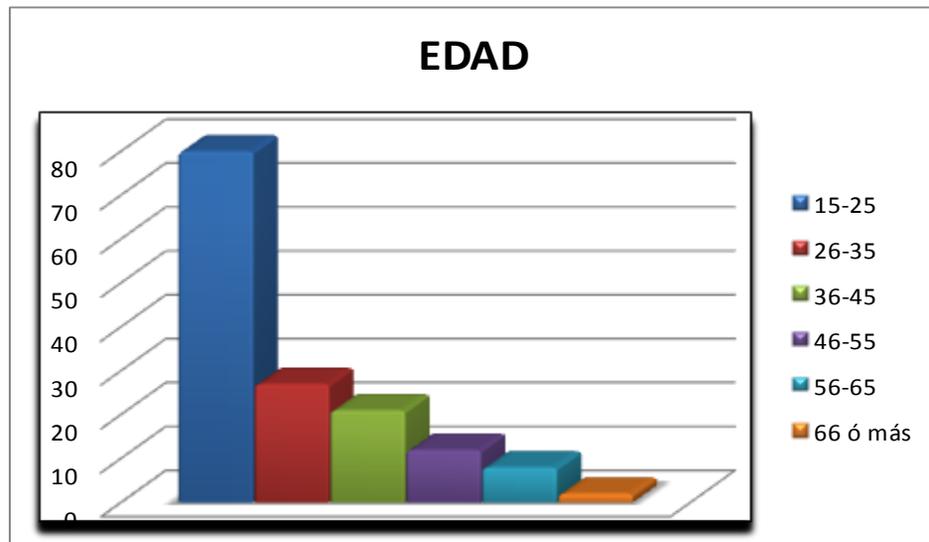
Cuestionario Dirigido a Ecoturistas:

Pregunta: 2

¿Cuál es su edad?

Objetivo: Establecer la edad promedio de los ecoturistas

Alternativa	Frecuencia (f)	Porcentaje %
15-25	80	53.33%
26-35	27	18.00%
36-45	21	14.00%
46-55	12	8.00%
56-65	8	5.33%
66 ó más	2	1.33%
TOTAL	150	100%



Análisis: Se determinó que un 53.33% de la población encuestada se encuentra en la edad promedio entre 15 y 25 años. Esto indica que en su mayoría son personas jóvenes con gran potencial para el incremento del ecoturismo; jóvenes entusiastas con animos de cambiar el estereotipo del turismo en general, y preservar el medio ambiente.

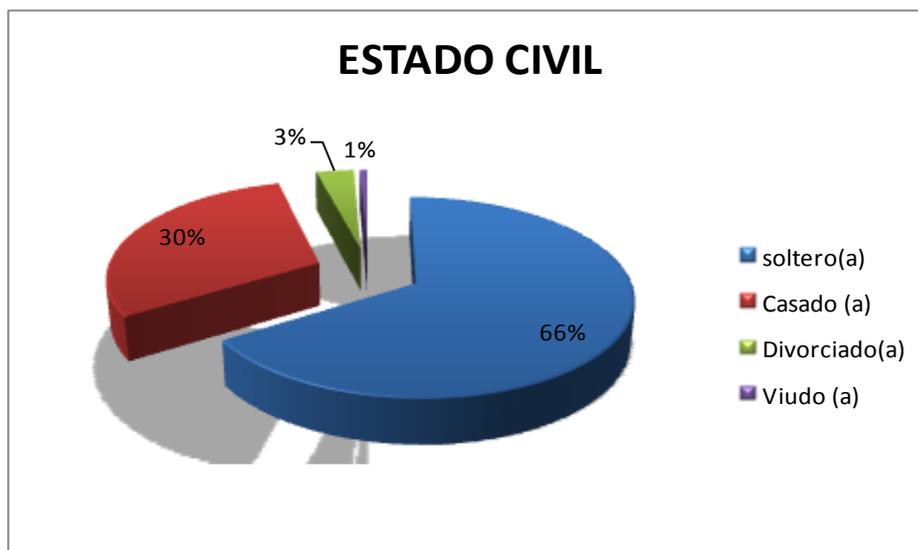
Cuestionario Dirigido a Ecoturistas:

Pregunta: 3

¿Cuál es su estado civil?

Objetivo: Determinar el estado civil promedio de los ecoturistas.

Alternativa	Frecuencia (f)	Porcentaje %
soltero(a)	99	66.00%
Casado (a)	45	30.00%
Divorciado(a)	5	3.33%
Viudo (a)	1	0.67%
TOTAL	150	100%



Análisis: El estado civil promedio de la mayoría de los turistas es del 66% como solteros. Esto indica que hay un gran potencial en las personas que se encuentran dentro de este estado civil, puesto que no tienen mayores compromisos familiares y pueden integrarse a realizar prácticas del ecoturismo en el Municipio de San Julián.

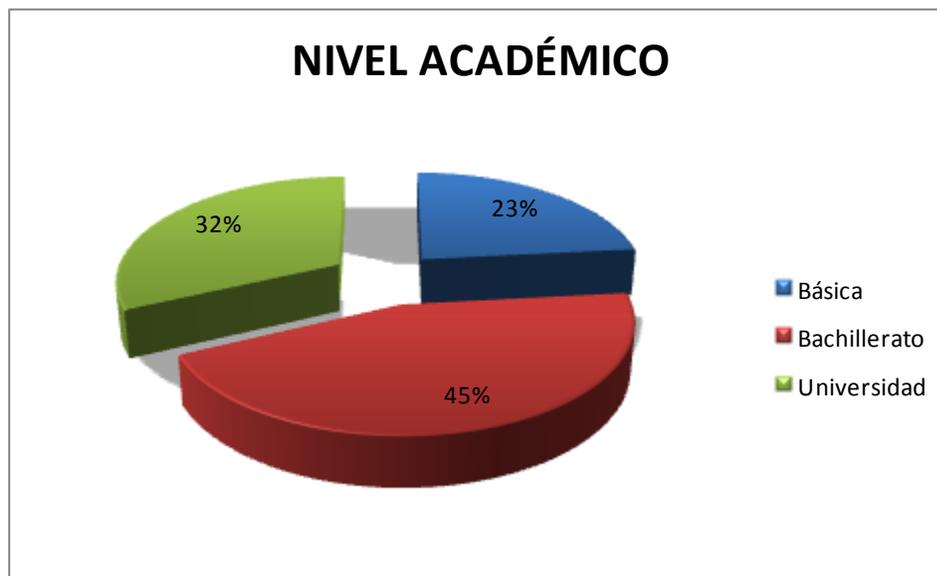
Cuestionario Dirigido a Ecoturistas:

Pregunta: 4

¿Qué nivel académico posee?

Objetivo: Determinar el nivel académico promedio de los ecoturistas.

Alternativa	Frecuencia (f)	Porcentaje %
Básica	35	23.33%
Bachillerato	67	44.67%
Universidad	48	32.00%
TOTAL	150	100%



Análisis: La mayoría de la población encuestada tiene un nivel académico promedio de bachillerato en sus diferentes especialidades, lo que nos da un panorama amplio del nivel de conocimiento que pueden tener acerca de la práctica del ecoturismo, sus limitantes y la responsabilidad al realizarlo

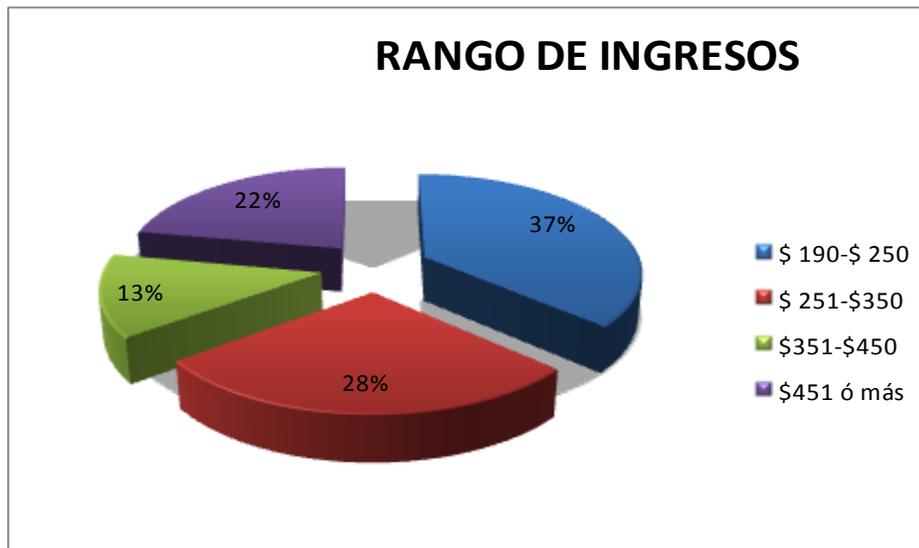
Cuestionario Dirigido a Ecoturistas:

Pregunta: 5

¿En que rango se encuentra sus ingresos Mensuales?

Objetivo: Conocer el nivel de ingreso promedio mensual de los ecoturistas

Alternativa	Frecuencia (f)	Porcentaje %
\$ 190-\$ 250	55	36.67%
\$ 251-\$350	42	28.00%
\$351-\$450	20	13.33%
\$451 ó más	33	22.00%
TOTAL	150	100%



Análisis: Al conocer que la mayoría de la población encuestada tiene sus ingresos mensuales entre \$190.00 y \$350.00 dólares nos indica que con base a este dato se puede trabajar la oferta ecoturística de la finca San Jorge acorde a la realidad económica que presenta el país para desarrollar principalmente el turismo interno

Cuestionario Dirigido a Ecoturistas:

Pregunta: 6

¿Qué lugar prefiere visitar para recrearse y descansar?

Objetivo: Conocer los gustos y preferencias de los lugares que los turistas prefieren visitar para recrearse y descansar.

Alternativa	Frecuencia (f)	Porcentaje %
Playa	60	40.00%
Arqueología	0	0.00%
Lagos	8	5.33%
Balnearios	19	12.67%
Montañas	21	14.00%
Zona ecoturística	16	10.67%
Bosque	21	14.00%
Ninguno	5	3.33%
TOTAL	150	100%



Análisis: De acuerdo a las preferencias que los turistas tienen y siguiendo el patron normal, la mayoría prefiere visitar las playas para su recreación, pero cabe notar que el ecoturismo esta despuntando en las preferencias colocandose como segunda opción viable para la diversión y cultura.

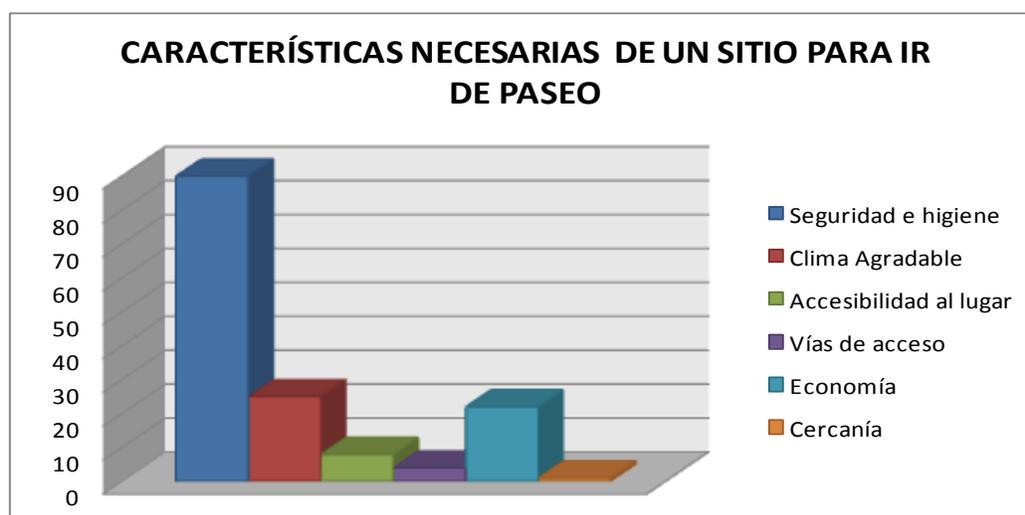
Cuestionario Dirigido a Ecoturistas:

Pregunta: 7

¿Qué características considera necesarias en un sitio para ir de paseo?

Objetivo: Identificar las principales características requeridas por los turistas al visitar un lugar de recreación y esparcimiento.

Alternativa	Frecuencia (f)	Porcentaje %
Seguridad e higiene	90	60.00%
Clima Agradable	25	16.67%
Accesibilidad al lugar	8	5.33%
Vías de acceso	4	2.67%
Economía	22	14.67%
Cercanía	1	0.67%
TOTAL	150	100%



Análisis: Del total de encuestados la mayoría coincidió que la característica más importante que debe poseer un lugar turístico de recreación y descanso, por encima del clima o la acceso que se tenga, es la seguridad e higiene, que es primordial, tanto para ecoturismo interno como para extranjeros que deciden practicarlo en nuestro país que buscan un lugar confortable, seguro y por supuesto limpio.

Cuestionario Dirigido a Ecoturistas:

Pregunta: 8

¿Cuándo realiza un paseo de recreación y descanso, cuánto dura su estancia?

Objetivo: Conocer la disposición de alojamiento por los turistas en los lugares de recreación y descanso.

Alternativa	Frecuencia (f)	Porcentaje %
1 día	105	70.00%
2 días	38	25.33%
3 ó más días	7	4.67%
TOTAL	150	100%



Análisis: De los resultados se obtuvo que el mayor porcentaje (70%), de los turistas tienen una disposición de alojamiento de un día, al visitar los diferentes lugares de recreación y descanso. Dicho dato, indica que se debe considerar en la oferta ecoturística de alojamiento, ya que este es un factor importante por que no se alargue la estancia de los turistas que no tienen un lugar para pernoctar, lo que conllevaría a mayores ingresos.

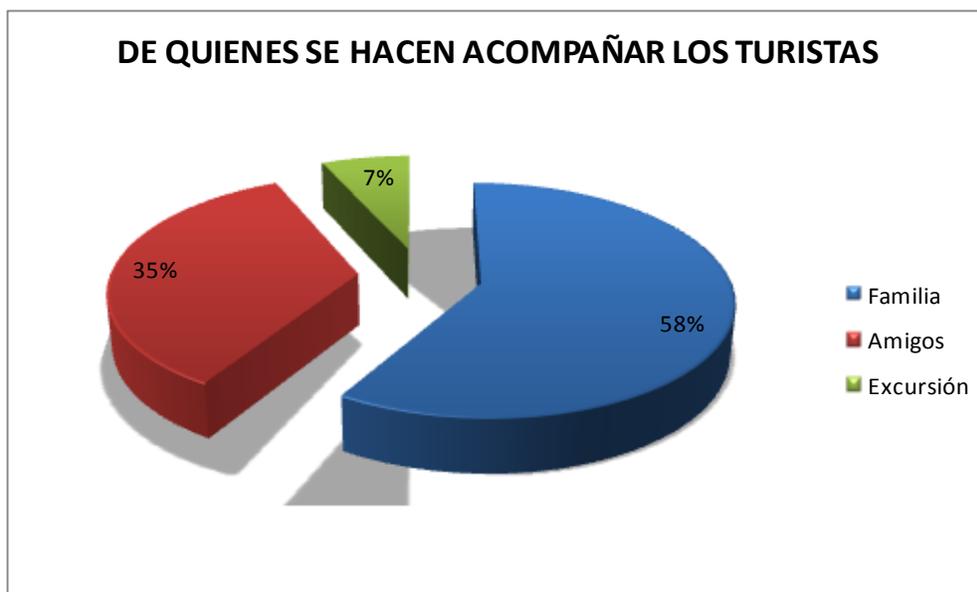
Cuestionario Dirigido a Ecoturistas:

Pregunta: 9

¿Cuándo visita los lugares para vacacionar o descansar se hace acompañar de otras personas?

Objetivo: Conocer de quienes se hacen acompañar los turistas cuando salen a vacacionar

Alternativa	Frecuencia (f)	Porcentaje %
Familia	88	58.67%
Amigos	52	34.67%
Excursión	10	6.67%
TOTAL	150	100%



Análisis: La mayoría de turistas, según el porcentaje del 58.67%, indica que ellos se hacen acompañar de su familia cuando salen a vacacionar a los diferentes lugares de recreación y descanso lo que da un patrón obvio y alentador, ya que en su mayoría lo realizan en grupo familiar

Cuestionario Dirigido a Ecoturistas:

Pregunta: 10

¿En qué temporada considera usted visitar los lugares turísticos de El Salvador?

Objetivo: Conocer la temporada que prefieren los turistas para vacacionar.

Alternativa	Frecuencia (f)	Porcentaje %
Semana de agosto	8	5.33%
Semana santa	45	30.00%
Fin de año	37	24.67%
Fiestas patronales	4	2.67%
Fin de semana	56	37.33%
TOTAL	150	100%



Análisis: La mayoría de turistas, según el porcentaje del 37.33% realiza sus paseos de recreación y descanso en fines de semana. Lo que indica, que no es necesario tener una temporada de vacaciones para realizar visitas a los lugares turísticos de nuestro país, y que el ecoturismo puede realizarse en un descanso de fin de semana, dando así, un amplio universo de posibles ecoturistas dispuestos a participar en las actividades a planificar

Cuestionario Dirigido a Ecoturistas:

Pregunta: 11

¿Cuánto está dispuesto a gastar en el lugar?

Objetivo: Conocer la disposición y capacidad de gasto de los turistas al realizar sus paseos de recreación y descanso.

Alternativa	Frecuencia (f)	Porcentaje %
\$ 5 a \$ 20	61	40.67%
\$ 25 a \$60	65	43.33%
\$ 65 o más	24	16.00%
TOTAL	150	100%



Análisis: Según el porcentaje más alto, los turistas tienen la disposición y capacidad de gastar en los lugares de recreación y descanso que visitan, un promedio entre \$25 y \$60 dólares por visita familiar, un egreso acorde a las posibilidades de la población salvadoreña en gasto de diversión, promoviendo así, el aumento del turismo local.

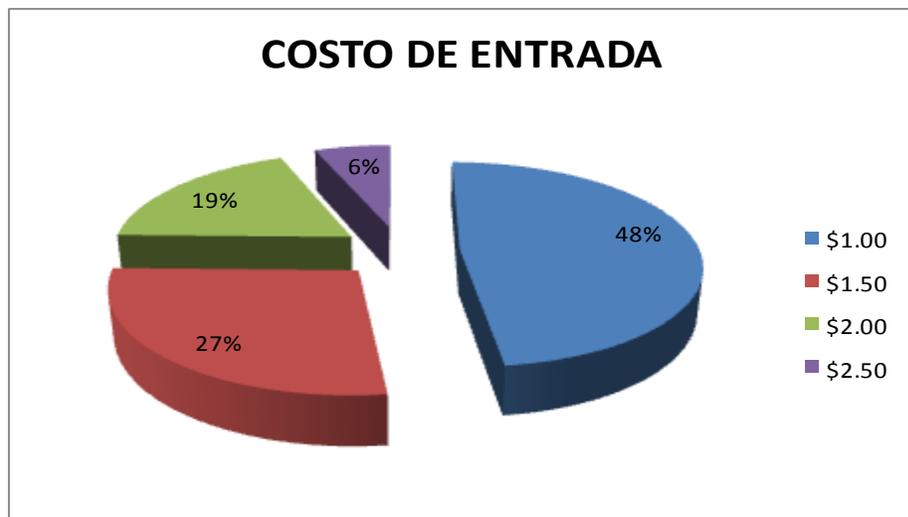
Cuestionario Dirigido a Ecoturistas:

Pregunta: 12

¿Cuánto cree que es conveniente el costo de la entrada?

Objetivo: Conocer la conveniencia de los turistas, para asumir el costo de la entrada a los diferentes lugares de recreación y descanso

Alternativa	Frecuencia (f)	Porcentaje %
\$1.00	72	48.00%
\$1.50	41	27.33%
\$2.00	28	18.67%
\$2.50	9	6.00%
TOTAL	150	100%



Análisis: La mayoría de los turistas encuestados, consideran conveniente que la entrada que están dispuestos a pagar en los diferentes lugares de recreación y descanso, es de \$1.00 por persona. Este dato es justo y correcto, para la movilidad de personas que es importante para impulsar e incrementar el ecoturismo en el municipio de San Julián.

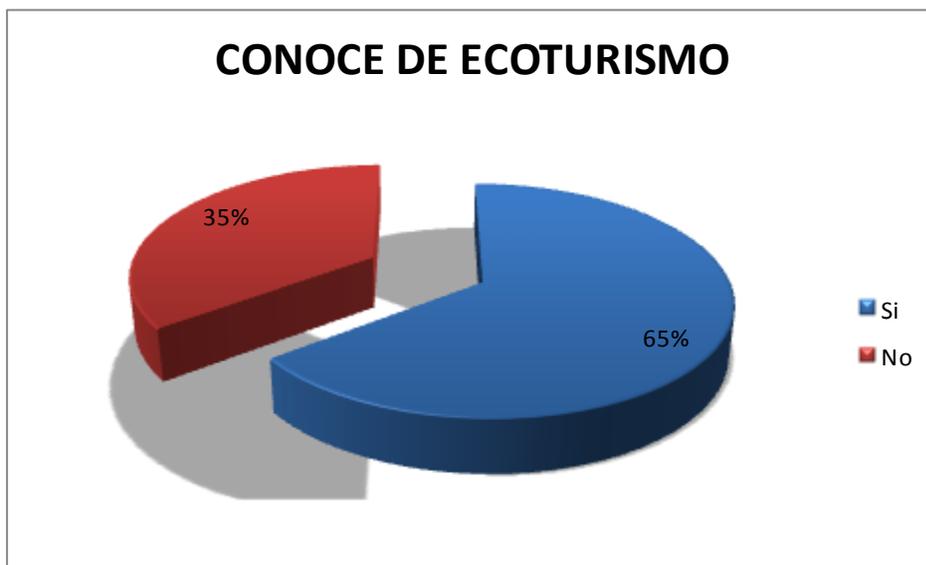
Cuestionario Dirigido a Ecoturistas:

Pregunta: 13

¿Ha oído hablar del ecoturismo?

Objetivo: Determinar si las personas conocen sobre ecoturismo.

Alternativa	Frecuencia (f)	Porcentaje %
Si	97	64.67%
No	53	35.33%
TOTAL	150	100%



Análisis: Del total de encuestados, la mayoría ha oído hablar sobre ecoturismo. Esto indica, que es una ventaja que las personas conozcan sobre ecoturismo y los beneficios que este conlleva para promoverlo en el Municipio de San Julián, del departamento de Sonsonate, San Salvador, y el resto de la república.

Cuestionario Dirigido a Ecoturistas:

Pregunta: 14

¿Si su respuesta es sí. Qué lugares ecoturísticos ha visitado?

Objetivo: Conocer que lugares ecoturísticos han visitado las personas encuestadas.

Alternativa	Frecuencia (f)	Porcentaje %
Bosque	22	22.68%
Ríos o lagunas	22	22.68%
Montañas	33	34.02%
Parques nacionales	20	20.62%
TOTAL	97	100%



Análisis: De la mayoría de personas encuestadas se obtuvo que un 34% ha visitado las montañas que hay en nuestro país. Esto indica, que es una de las opciones más fuertes para la práctica del ecoturismo en el municipio de San Julián y puesto que en el municipio tienen áreas protegidas de vegetación, es conveniente considerarlo. Más sin embargo, hay un porcentaje que también han visitado ríos y lagunas, otra de las características que posee el municipio de San Julián y que se puede explotar para la práctica del ecoturismo.

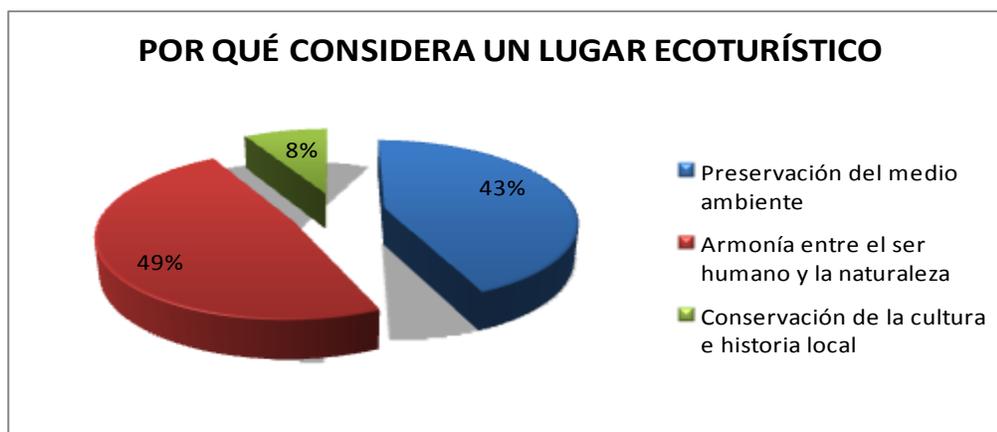
Cuestionario Dirigido a Ecoturistas:

Pregunta: 15

¿De los lugares mencionados anteriormente, por qué los considera ecoturísticos?

Objetivo: Conocer el porqué los turistas identifican a los lugares que han visitado como ecoturísticos.

Alternativa	Frecuencia (f)	Porcentaje %
Preservación del medio ambiente	42	43.30%
Armonía entre el ser humano y la naturaleza	47	48.45%
Conservación de la cultura e historia local	8	8.25%
TOTAL	97	100%



Análisis: Del total de la población encuestada el 90% considera los lugares ecoturísticos que ha visitado porque existe una conexión y armonía entre el ser humano y la naturaleza y desean preservar el medio ambiente, esto da una pauta que las futuras generaciones necesitan salir del modo de vida de las urbes, al descanso y cuidado de la naturaleza, preservarla y admirarla como recreamiento y aprendizaje

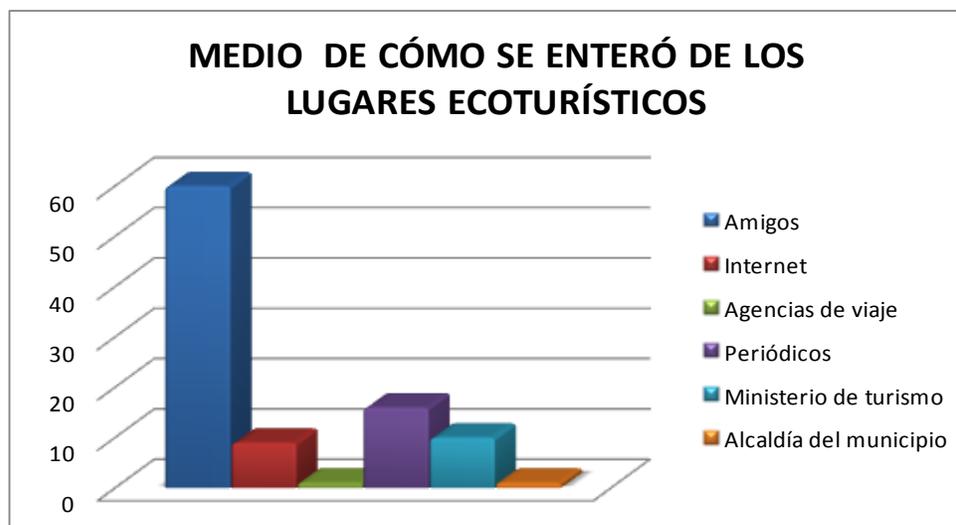
Cuestionario Dirigido a Ecoturistas:

Pregunta: 16

¿Cómo se enteró de esos lugares ecoturístico?

Objetivo: Conocer por qué medio los ecoturistas se enteran de los lugares ecoturísticos que han visitado.

Alternativa	Frecuencia (f)	Porcentaje %
Amigos	60	61.86%
Internet	9	9.28%
Agencias de viaje	1	1.03%
Periódicos	16	16.49%
Ministerio de turismo	10	10.31%
Alcaldía del municipio	1	1.03%
TOTAL	97	100%



Análisis: La mayoría de las personas encuestadas manifiestan que a través de amigos se han enterado de la existencia de los lugares ecoturísticos que han visitado. Esto indica, que podría considerarse como un medio de comunicación y difusión para impulsar el ecoturismo en el Municipio de San Julián, ya que la publicidad de amigos es hoy por hoy, una de las más utilizadas que existen.

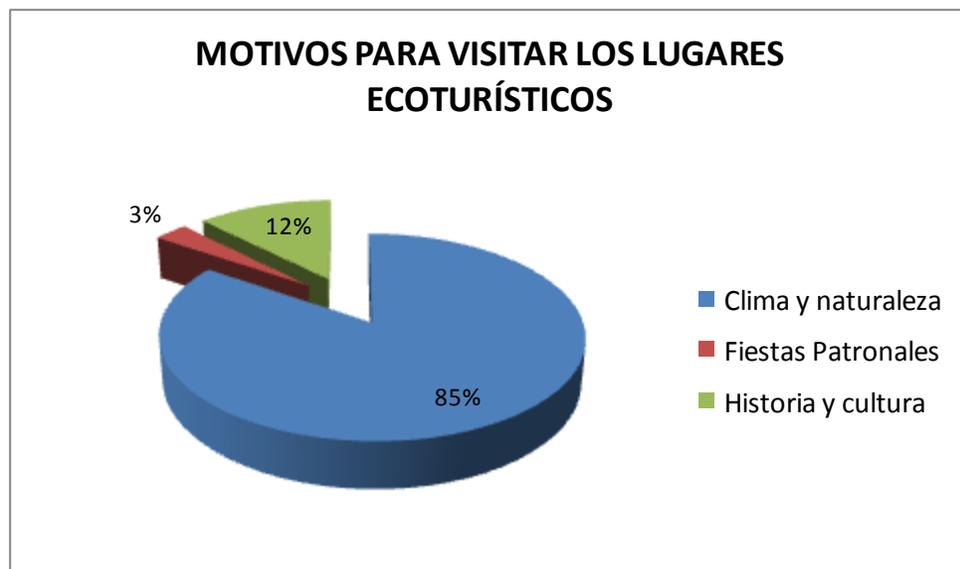
Cuestionario Dirigido a Ecoturistas:

Pregunta: 17

¿Qué motivos lo llevarían a visitar los lugares ecoturísticos?

Objetivo: Conocer que motivos buscan las personas al visitar lugares ecoturísticos.

Alternativa	Frecuencia (f)	Porcentaje %
Clima y naturaleza	82	84.54%
Fiestas Patronales	3	3.09%
Historia y cultura	12	12.37%
TOTAL	97	100%



Análisis: Del total de la población encuestada se obtuvo que la mayoría, busca un clima agradable y estar en contacto con la naturaleza, como uno de los grandes motivos para visitar lugares ecoturísticos, y salir de la ciudad y probar nuevas formas de diversión y sano esparcimiento.

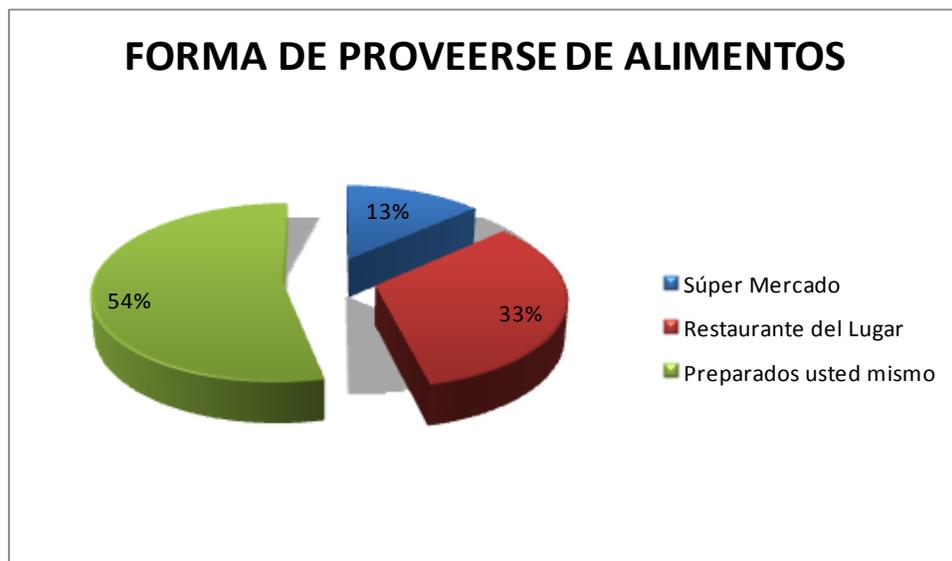
Cuestionario Dirigido a Ecoturistas:

Pregunta: 18

¿Al visitar los lugares ecoturísticos usted prefiere proveerse de los alimentos en?

Objetivo: Conocer la forma en que consideran conveniente los ecoturistas proveerse de alimentos.

Alternativa	Frecuencia (f)	Porcentaje %
Súper Mercado	13	13.40%
Restaurante del Lugar	32	32.99%
Preparados usted mismo	52	53.61%
TOTAL	97	100%



Análisis: La mayoría de ecoturistas en un alto porcentaje manifiestan que prefieren preparar los alimentos por ellos mismos. Esto indica que es importante considerar esta modalidad en la oferta ecoturística para el consumo de alimentos. Dando la oportunidad y espacio para que ellos que los preparen en las instalaciones de la Finca San Jorge.

Cuestionario Dirigido a Ecoturistas:

Pregunta: 19

¿Considera necesario de un guía para visitar un lugar ecoturístico?

Objetivo: Conocer la importancia que tiene un guía para los ecoturistas.

Alternativa	Frecuencia (f)	Porcentaje %
Si	69	71.13%
No	28	28.87%
TOTAL	97	100%



Análisis: Del total de la población encuestada y en un alto porcentaje consideran necesario de un guía que oriente la visita a un lugar ecoturístico. Esto indica, que es importante considerar en la oferta ecoturística un guía que coordine las diferentes opciones que tenga el lugar ecoturístico a promover en el municipio de San Julián.

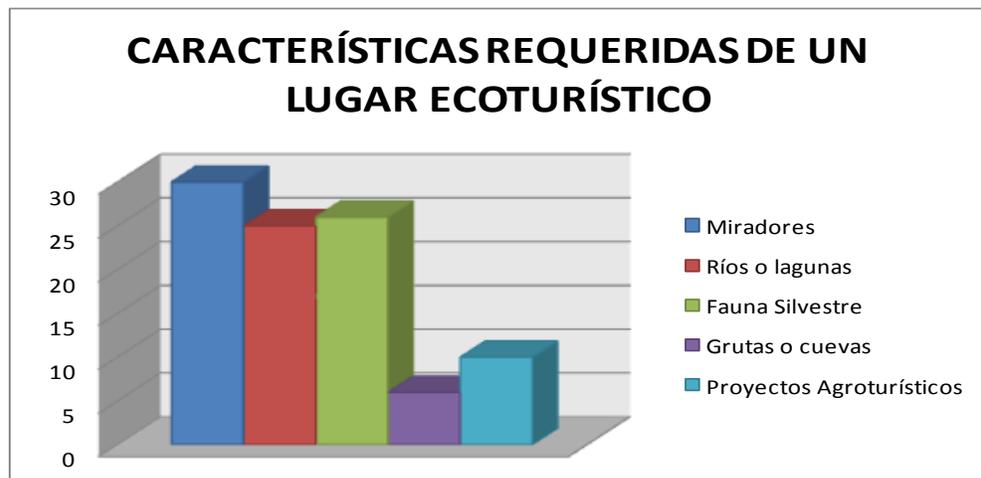
Cuestionario Dirigido a Ecoturistas:

Pregunta: 20

¿Qué le gustaría que tuviera un centro ecoturístico que usted visitará?

Objetivo: Conocer las preferencias de los ecoturistas sobre los atractivos que debe poseer un centro ecoturístico al visitarlo.

Alternativa	Frecuencia (f)	Porcentaje %
Miradores	30	30.93%
Ríos o lagunas	25	25.77%
Fauna Silvestre	26	26.80%
Grutas o cuevas	6	6.19%
Proyectos Agroturísticos	10	10.31%
TOTAL	97	100%



Análisis: La mayoría de las personas encuestadas, considera que es importante que un lugar ecoturístico tenga como atractivo principal miradores que permitan disfrutar la estancia de los ecoturistas en el lugar. Esto indica, que para promover e incrementar el ecoturismo es necesario considerar este tipo de atracciones donde se practicará el ecoturismo, ayudado de las atracciones naturales con las que ya se cuentan.

Cuestionario Dirigido a Ecoturistas:

Pregunta: 21

¿Ha visitado el municipio de San Julián del departamento de Sonsonate?

Objetivo: Determinar qué porcentaje de la población conoce y ha visitado el municipio de San Julián del departamento de Sonsonate.

Alternativa	Frecuencia (f)	Porcentaje %
Si	32	32.99%
No	65	67.01%
TOTAL	97	100%



Análisis: Del total de la población encuestada, en un porcentaje más alto (67.01%), no conoce y no ha visitado el Municipio de San Julián, del departamento de Sonsonate, por falta de medios correctos para hacer llegar la información. Esto indica, que dicho porcentaje puede considerarse como ecoturistas potenciales.

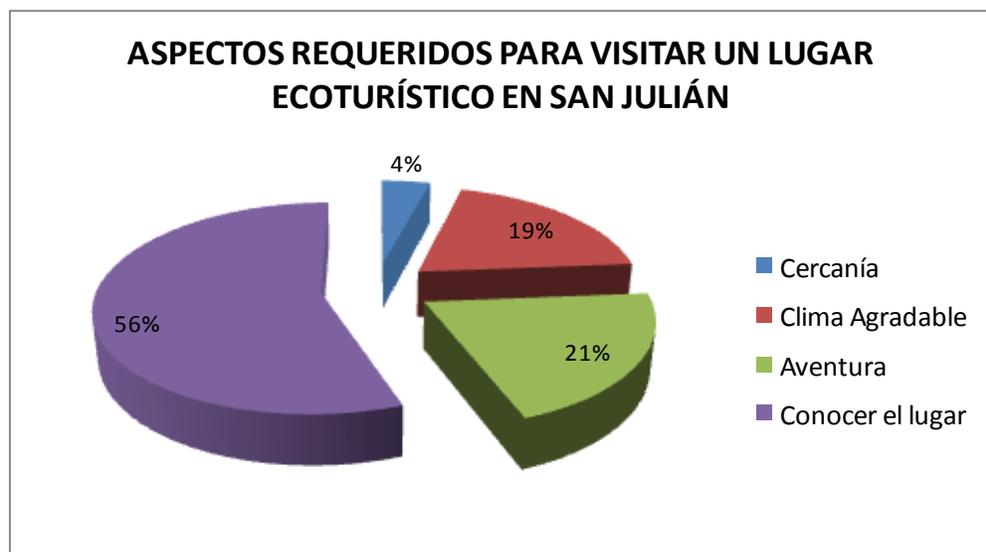
Cuestionario Dirigido a Ecoturistas:

Pregunta: 22

¿Si existiera un lugar ecoturístico en el municipio de San Julián, lo visitaría por cuál de los siguientes aspectos?

Objetivo: Determinar que aspectos consideran importantes los ecoturistas para visitar el municipio de San Julián.

Alternativa	Frecuencia (f)	Porcentaje %
Cercanía	4	4.12%
Clima Agradable	19	19.59%
Aventura	20	20.62%
Conocer el lugar	54	55.67%
TOTAL	97	100%



Análisis: De las personas encuestadas más de la mitad opinó que si existiera un lugar ecoturístico en el municipio de San Julián, lo visitaría por conocer el lugar. Esto indica, que existe un potencial que se puede explotar para dar a conocer la finca San Jorge del municipio de San Julián.

ANEXO No. 3

**ENTREVISTA DIRIGIDA A LA DIRECTORA DE LA ASOCIACIÓN
NUEVO AMANECER DE EL SALVADOR**



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

“DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIALIZACIÓN PARA EL INCREMENTO DEL ECOTURISMO DE LA FINCA SAN JORGE, A TRAVÉS DE LA ASOCIACIÓN NUEVO AMANECER DE EL SALVADOR; UBICADA EN EL MUNICIPIO DE SAN JULIÁN, DEL DEPARTAMENTO DE SONSONATE”.

Entrevista dirigida a la Directora Ejecutiva de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador
Licenciada Ana Mirian Ayala

OBJETIVO:

El objetivo de la presente entrevista es obtener información acerca del proyecto de ecoturismo que implementará la Asociación Nuevo Amanecer, con la finalidad de obtener insumos para el diseño del Plan de Comercialización para incrementar el ecoturismo en la finca San Jorge. Es de aclarar que dicha información será manejada confidencialmente y será utilizada para fines académicos.

1. ¿De dónde surge la idea de iniciar un proyecto de Ecoturismo en la Finca San Jorge?

Desde el año 2002, la Asociación ha desarrollado paulatinamente el proyecto de sostenibilidad de la finca San Jorge con el propósito de en forma económica y en especie para el funcionamiento del centro escolar Hogar Alfonso Acevedo.

La sostenibilidad ha sido un reto muy importante en ANADES ya por caminado varios años, se valora como un proceso de aprendizaje y una búsqueda constante para la generación de recursos económicos. Estamos caminando hacia cumplir la meta.

En este proceso se ha tenido el apoyo solidario de IM y estamos en gratitud por ello. En la finca San Jorge se ha fortalecido el funcionamiento y manejo integral orgánico, en 26.8 hectáreas, en las cuales se incorporo la plantación de 37,100 árboles de café, 7,000 árboles frutales establecidos; Producción de

granos básicos; se ha desarrollado un sistema cíclico de producción de vegetales; desarrollo y producción de huevos y aves; sistema de agua y riego; finalmente en este año 2008 se ha iniciado con la procesadora de café, actividades educativas de medio ambiente y producción ecológica con campesinos y campesinas; así como espacios de recreación para niños y niñas del centro infantil. La finca ha logrado mejorar la biodiversidad y mantener una producción agropecuaria en armonía con la naturaleza.

En concreto el tema de ecoturismo nació con un diagnóstico de la gestión ambiental dirigida hacia el ecoturismo por un biólogo español quien nos motivó a realizar un proyecto para brindar servicios ecoturísticos que aumentaran los ingresos de la finca ante el problema de precio de productos agroecológicos. Esto fue el año 2004, este estudio fue base para la gestión del proyecto de ecoturístico en cuanto a construcción de bodegas, acometida eléctrica, tanque captador de agua, construcción de 3 cabañas, una cafetería, miradores, pintado de calles, equipamiento, con esta inversión fue posible ofrecer el servicio de ecoturismo.

En cuanto a pre estudios: La Asociación para el año 2008 tuvo una evaluación externa de impacto de la finca San Jorge, en el cual fue retrospectiva y con recomendaciones hacia el futuro en temas de procesamiento de café y desarrollo ecoturístico para el aumento de los ingresos de la finca, este estudio ha sido base para fortalecer el ecoturismo.

2. ¿En la Finca San Jorge se ha realizado un inventario del lugar que considere las instalaciones y los recursos naturales que posee para la explotación del ecoturismo?

La finca San Jorge cuenta con un inventario de recursos naturales, equipos y muebles del 2002 de lo que tiene la finca al adquirirla y se tiene un registro de lo plantado año con año.

3. ¿Se han determinado las actividades e infraestructura turística a desarrollar en la finca San Jorge?

Si se tiene determinado los planes de futuro de la finca y de la infraestructura que debe modificarse.

4. ¿Se tienen identificadas diferentes zonas para la práctica del ecoturismo y otras para la zona de conservación en la finca San Jorge?

Si, se tienen identificadas dos rutas: sobre caminatas por cultivos agroecológicos y producción pecuaria; y la ruta roja de mayor esfuerzo hacia el río Tazula, reserva ecológica, disfrute de áreas forestales ricas en biodiversidad pasando por miradores y una cueva.

5. ¿En la finca se ha determinado un número máximo de personas que puedan visitar el lugar, sin alterar el medio ambiente?

Si, con 30 personas es un grupo manejable.

6. ¿Qué medidas o indicaciones se les proporciona a las personas que visitan el lugar para proteger el medio ambiente y los recursos naturales de la finca?

En la ruta el responsable de la finca o el guía van explicando los recursos con los que cuenta la finca y sensibilizando en el cuidado y rescate del medio ambiente en general y en particular del bálsamo como patrimonio que está por extinguirse debido a la tala indiscriminada por los bajos precios de la resina y la necesidad de la gente por sobrevivir. Pedimos apoyo en no generar basura en la finca. Sin embargo en este último no están visibilizadas las normas para la protección de la finca.

7. ¿Qué medidas adoptarían para brindar seguridad al turista?

Vigilancia de los grupos de turistas en el cual se involucran alrededor de 4 a 5 personas dependiendo del grupo, en otros casos se ha proporcionado transporte el cual ha sido costado por el turista.

8. ¿Qué dificultades considera que afectan el acceso al lugar?

La calle en malas condiciones afecta tremendamente la producción y la visita de turista, únicamente aquellos con vehículo doble tracción pueden llegar hasta el lugar.

9. ¿En qué forma contribuiría la asociación en mejorar el servicio de transporte para facilitar el acceso a la Finca San Jorge?

ANADES subcontrata los servicios de personas transportistas de confianza.

10. ¿Considera que el personal que proporciona el servicio turístico cubrirá la demanda o están dispuestos a contratar personal de forma eventual?

De momento el personal cubre la demanda actual, si la demanda aumenta otras personas están dispuestas a dar un servicio .en eventualidades

11. ¿Considera que al contar con un plan estratégico de comercialización se puede incrementar el ecoturismo en la finca San Jorge? ¿Por qué?

Si. Hasta el momento la promoción es mínima y la comercialización son puntos débiles en la Asociación, consideremos que un plan estratégico con ideas innovadoras y de cara al futuro, con enfoque de sostenibilidad será una herramienta útil, a fin de tener claro el horizonte y pasos concretos a seguir.

12. ¿Considera que con la creación de una imagen llamativa como slogans, logo, emblema entre otros; del lugar se pueda dar mayor publicidad al proyecto de ecoturismo en la Finca San Jorge?

Creemos que las estrategias de publicidad para mejorar la comercialización son importantes en la asociación y no han sido explotadas, una mejor publicidad orientada y con proyección visual aumenta el número de personas interesadas en el lugar.

13. ¿A través de qué medios de divulgación se promovería el proyecto de ecoturismo en la finca San Jorge?

Página Web, trípticos, programa de televisión en el canal 10, hasta ahora utilizados.

14. ¿De qué forma la Alcaldía de la zona podría contribuir o apoyar el proyecto de ecoturismo de la finca?

Por el momento la Asociación está trabajando en una carta compromiso para establecer una alianza con la municipalidad que incluya una ordenanza municipal en el tema de medio ambiente y una unidad ambiental que toda municipalidad por ley debe tener. La municipalidad de San Julián carece de estos instrumentos que destruyen el medio ambiente. Otra forma que se está haciendo es cabildear para la reparación de la calle sea parte del plan de acción de alcaldía el próximo va a ser difícil año, esto va a ser difícil pero estamos haciendo esfuerzos por colocar la necesidad no solo por el turismo, si no por la

necesidad de la gente por efectos de educación, salud, y acceso, otro punto es el tema productivo y lo difícil para los productores saca y vender los productos en esas condiciones.

15. ¿Considera que es necesario ampliar los servicios de transporte terrestre para poder llegar al lugar donde está ubicada la Finca San Jorge y si habrá disposición de tours desde San Julián?

Si, sin embargo el tema de la calle es importante resolverlo, ya que los transportistas se desmotivan o no quieren subir a la zona. Otros tipos de transportes son: pick up, mototaxis pero estos no quieren subir a la zona.

16. ¿Conocen ustedes la población actual del Municipio de San Julián, y el porcentaje que se pueda convertir en turistas potenciales de la finca?

El municipio de San Julián no es de los más pobres, sin embargo su comunidad es sumamente pobre. Nosotros desarrollamos un proyecto de desarrollo comunitario, la pérdida de los precios en el bálsamo, así como la pérdida de plantilla de café y otros productos han generado desempleo. La población de pueblo que tiene algunos recursos son en ventas de alimentos y varios negocios se están pasando al turismo lo que representa una competencia. Algunos turistas son de unidades de salud o empleados sin embargo no es población de San Julián si no que vienen de otros lugares.

Entrevisto: Grupo investigador

Fecha: 02 de septiembre de 2009

¡MUCHÍSIMAS GRACIAS!

ANEXO No. 4

**ENTREVISTA DIRIGIDA AL ENCARGADO DE LA FINCA SAN
JORGE, SAN JULIÁN**



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

“DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIALIZACIÓN PARA EL INCREMENTO DEL ECOTURISMO DE LA FINCA SAN JORGE, A TRAVÉS DE LA ASOCIACIÓN NUEVO AMANECER DE EL SALVADOR; UBICADA EN EL MUNICIPIO DE SAN JULIÁN, DEL DEPARTAMENTO DE SONSONATE”.

Entrevista dirigida al encargado de la finca San Jorge de la Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador
Ingeniero Juan Parada

OBJETIVO: El objetivo de la presente entrevista es obtener información acerca del proyecto de ecoturismo que implementará la Asociación Nuevo Amanecer, con la finalidad de obtener insumos para el diseño del Plan de Comercialización para incrementar el ecoturismo en la finca San Jorge. Es de aclarar que dicha información será manejada confidencialmente y será utilizada para fines académicos.

1. ¿De dónde surge la idea de iniciar un proyecto de Ecoturismo en la Finca San Jorge?

Cada vez que los visitantes externos llegaban a la finca comentaban y disfrutaban el ambiente natural y proponían colaborar en acondicionar y mejorar el lugar que ahora tenemos.

2. ¿En la Finca San Jorge se ha realizado un inventario del lugar que considere las instalaciones y los recursos naturales que posee para la explotación del ecoturismo?

No. Lo que se ha hecho es aprovechar los recursos que ahí están, moldeándolo a la exigencia del visitante y promocionar todas las bondades que la finca tiene en su entorno.

3. ¿Se han determinado las actividades e infraestructura turística a desarrollar en la finca San Jorge?

Si hemos hecho un proyecto global de necesidades y actividades a desarrollar en la finca a fin de empoderarse cada día con lo poco que tenía.

4. ¿Se tienen identificadas diferentes zonas para la práctica del ecoturismo y otras para la zona de conservación en la finca San Jorge?

Si, tenemos miradores, áreas de alojamiento y recreación, sendas a áreas productivas y de caminatas hacia el río.

5. ¿En la finca se ha determinado un número máximo de personas que puedan visitar el lugar, sin alterar el medio ambiente?

Se tiene un límite máximo de 30 personas os cuales se distribuyen en tres grupos como por ejemplo un grupo para el río tazula, otro para áreas productivas y otros para descansar en glorietas y hamacas.

6. ¿Qué medidas o indicaciones se les proporciona a las personas que visitan el lugar para proteger el medio ambiente y los a naturales de la finca?

A las personas que se alojan en las cabañas se les menciona que no desperdicien mucho el agua, que deposite la basura en los lugares indicados, no maltratar las plantas y caminar en lo posible en silencio.

7. ¿Qué medidas adoptarían para brindar seguridad al turista?

Actualmente por cada 10 personas asignamos dos guías en las diferentes caminatas, los transportamos en carro hasta donde se puede y les brindamos indicaciones puntuales para su seguridad.

8. ¿Qué dificultad de es considera que afectan el acceso al lugar?

4 kilómetros de calle en mal estado.

9. ¿En qué forma contribuiría la asociación en mejorar el servicio de transporte para facilitar el acceso a la Finca San Jorge?

Proporcionando transporte directo hasta la finca por parte de la Asociación y la compra de caballos para caminatas internas.

10. ¿Considera que el personal que proporciona el servicio turístico cubrirá la demanda o están dispuestos a contratar personal de forma eventual?

Actualmente el personal de la finca desarrolla dicha función, por lo que sería necesario capacitar y especializar a otras personas de la misma zona.

11. ¿Considera que al contar con un plan estratégico de comercialización se puede incrementar el ecoturismo en la finca San Jorge? ¿Por qué?

Sí, porque se lograría promocionar de manera más efectiva la finca y de esta forma se incrementaría la cantidad de personas que podrían visitar el lugar.

12. ¿Considera que con la creación de una imagen llamativa como slogans, logo, emblema entre otros; del lugar se pueda dar mayor publicidad al proyecto de ecoturismo en la Finca San Jorge?

Indudablemente esto ayudaría a generar mayor publicidad de la finca, porque lograría capturar la atención de los posibles visitantes.

13. ¿A través de qué medios de divulgación se promovería el proyecto de ecoturismo en la finca San Jorge?

Funcionan muy bien los mismos visitantes que llegan, se les proporciona un buen servicio, se les atiende bien y así se ganan muchos visitantes más.

14. ¿De qué forma la Alcaldía de la zona podría contribuir o apoyar el proyecto de ecoturismo de la finca?

Dándole una imagen turística al municipio, que sea atractiva al turista y gestionando la reparación de calles.

15. ¿Considera que es necesario ampliar los servicios de transporte terrestre para poder llegar al lugar donde está ubicada la Finca San Jorge y si habrá disposición de tours desde San Julián?

Si es necesario implementar servicios de transporte para llegar la finca, mas sin embargo la mayoría de personas que visitan la finca lo hacen de manera independiente, en su propio vehículo.

16. ¿Conocen ustedes la población actual del Municipio de San Julián, y el porcentaje que se pueda convertir en turistas potenciales de la finca?

Realmente no se tiene el dato exacto de la población actual del municipio, por lo tanto no existe el porcentaje que se pueda convertir en potenciales turistas de la finca.

Entrevisto: Grupo investigador

Fecha: 06 de septiembre de 2009

¡MUCHÍSIMAS GRACIAS!

ANEXO No. 5

**ENTREVISTA DIRIGIDA A PERSONAL EJECUTIVO DE LA ALCALDÍA
DEL MUNICIPIO DE SAN JULIÁN**



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

“DISEÑO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE COMERCIALIZACIÓN PARA EL INCREMENTO DEL ECOTURISMO DE LA FINCA SAN JORGE, A TRAVÉS DE LA ASOCIACIÓN NUEVO AMANECER DE EL SALVADOR; UBICADA EN EL MUNICIPIO DE SAN JULIÁN, DEL DEPARTAMENTO DE SONSONATE”.

Entrevista dirigida al personal ejecutivo de Alcaldía del Municipio de San Julián

OBJETIVO:

El objetivo de la presente entrevista es obtener información acerca del proyecto de ecoturismo que ha implementado la Asociación Nuevo Amanecer, con la finalidad de obtener insumos para el diseño del Plan de Comercialización para incrementar el ecoturismo en la finca San Jorge.

1. ¿Tienen un conocimiento de los proyectos que están realizando las fincas del Municipio?

Si No

Si su respuesta es No, pase a pregunta 3

2. Si su respuesta es sí ¿Cuál es el apoyo logístico que ustedes como alcaldía les brindan?

Bueno por el momento solo estamos conociendo las diferentes fincas del municipio y escuchando a los propietarios. Estamos escuchando sus propuestas para poder tener turismo en San Julián y crear el desarrollo que tanto necesita el municipio.

3. La Finca San Jorge a través de la Asociación Nuevo Amanecer está realizando un proyecto de ecoturismo. ¿Cómo observan esta iniciativa y como creen que puede mejorar la imagen del municipio proyectos de esta envergadura con respecto al Turismo de la zona occidental?

Excelente, porque a través del turismo llega el desarrollo y empleos a los ciudadanos y a parte incrementa el desarrollo económico y se mejora el medio ambiente.

4. ¿Se tienen identificadas diferentes zonas para la práctica del ecoturismo en el municipio?

Realmente como alcaldía no tenemos conocimiento de zonas para practicar el ecoturismo, solo algunas posibles

5. Nuestra propuesta es un plan estratégico de comercialización ¿Consideran que estrategias bien planteadas de comercialización permitirá el desarrollo y posicionara a nivel municipal la finca, y el municipio como atractivo turístico de la zona Occidental?

Totalmente, genera empleo, turismo, desarrollo económico y sobretodo damos a conocer otros atractivos de San Julián.

6. ¿En qué medida podría ayudar la alcaldía en la gestión de fondos que ayuden a impulsar estos proyectos de la finca y/o del municipio?

Reparación de las vías de acceso y en lo que se pueda estamos dispuestos a apoyar.

7. Con respecto a la seguridad ciudadana ¿La alcaldía tiene un plan o estrategias planteadas para resguardar la seguridad de potenciales turistas, y/o comerciantes de la zona y en qué consiste si lo hubiere?

En este momento solo el CAM pero a medida que crezca el turismo se tomaran las medidas necesarias, ya que como alcaldía le apostamos al desarrollo de San Julián.

8. ¿Cuenta la Alcaldía con un registro estadístico de personas consideradas como turistas que ingresan al municipio?

No se cuenta con ese dato.

9. ¿Existen programas de capacitación para el personal de la alcaldía en la prestación del servicio turístico como asesoría en guías, alimentación, hospedaje, entre otros?

No se cuenta con ese tipo de programas.

10. ¿A través de qué medios informativos la alcaldía da a conocer el municipio como actividades, lugares turísticos, fiestas patronales?

El municipio cuenta con un canal local que es el canal 9 y por medio de este se dan a conocer estas actividades.

11. ¿Cuentan con apoyo de fondos propios, o fondos del gobierno para el impulso del turismo en el municipio?

No se cuenta con este apoyo.

12. ¿Considera que es necesario mejorar las vías de comunicación para llegar a las diferentes fincas del municipio, y que logros han tenido en los últimos 3 años en materia vial?

Sí, estamos iniciando y por cómo se encuentra san Julián es obvio que no se ha hecho mucho por la ciudad.

13. Para finalizar, ¿qué proyectos se han trazado en apoyo al turismo para su gestión que recién empieza?

La creación de un parque ecológico, el festival centroamericano (cada domingo) y el festival del bálsamo.

¡Muchísimas Gracias!

ANEXO No. 6

**COTIZACIÓN VALLAS PUBLICITARIAS POR PARTE DE LA
EMPRESA ANUNCIADORA SALVADOREÑA, S.A. DE C.V.**

DISPONIBILIDAD DE VALLAS ANUNCIADORA SALVADOREÑA

MEJORES GANANCIAS ANUNCIANDO EN VALLAS PUBLICITARIAS

CLIENTE:

			Mes de noviembre 2009	
Nº	DESCRIPCION	UBICACIÓN	MEDIDA	PRECIO
1	ENTRADA A CARA SUCIA KM 112 LADO IZQUIERDO ANTES DE UNIDAD DE SALUD (foto)	CARA SUCIA	9 x 3 Mts.	\$ 200.00
2	CON VISTA ENTRANDO A EL SALVADOR FRONTERA EL POY KM. 93	CITALA	9 x 6 Mts.	\$ 200.00
3	TERRENOS DE CEPA SALIENDO AEROPUERTO COMALAPA A SAN SALVADOR	COMALAPA	9 x 6 Mts.	\$ 1.000.00
4	TERRENOS DE CEPA SALIENDO AEROPUERTO COMALAPA A SAN SALVADOR	COMALAPA	9 x 3 Mts.	\$ 500.00
5	DE S.S. A COJUTEPEQUE VIA PANAMERICANA KM 27 CONTIGUO A VIVERO+	COJUTEPEQUE	9 x 3 Mts.	\$ 200.00
6	CON VISTA ENTRANDO A CHALATENANGO KM. 77 FTE A QUINTA LUPITA Y GASOLINERA	CHALATENANGO	9 x 3 Mts.	\$ 200.00
7	CON VISTA ENTRANDO A CHALATENANGO KM.76.5 FTE A GASOLINERA SUPER GAS	CHALATENANGO	9 x 3 Mts.	\$ 200.00
8	ENTRADA A LA UNION, FRENTE A GASOLINERA PUMA - ESQUINA - (foto)	LA UNION	9 x 3 Mts.	\$ 200.00
9	CON VISTA ENTRANDO A SN FCO. GOTERA CONTIGUO AL PUENTE LOS ROMERO	SAN FCO. GOTERA	9 x 3 Mts.	\$ 200.00
10	DE S.S A SAN MIGUEL VIA PANAMERICANA KM. 134 +	SAN MIGUEL	9 x 3 Mts.	\$ 200.00
11	CON VISTA SALIENDO DE SAN MIGUEL A S.S. KM. 135 FTE A RESTAURANTE NEPTUNO	SAN MIGUEL	9 x 3 Mts.	\$ 200.00
12	VINIENDO DE EL DELIRIO A SAN MIGUEL KM. 144 CONTIGUO ENTRADA UNIV.NACIONAL	SAN MIGUEL	9 x 3 Mts.	\$ 200.00
13	DE S.S. A SAN MIGUEL VIA PANAMERICANA KM 134 FTE A CANCHAS DE CEL	SAN MIGUEL	9 x 6 Mts.	\$ 500.00
14	BOUL. VENEZUELA Y AV. 29 DE AGOSTO CON VISTA DE PTE A OTE FTE A DOÑO	SAN SALVADOR	9 x 3 Mts.	\$ 200.00
15	ALAMEDA JUAN PABLO II, FRENTE COLEGIO GARCIA FLAMENCO - POR HOY COCA-COLA ZE	SAN SALVADOR	9 x 7 Mts.	\$ 600.00
16	VIA PANAMERICANA DEL DESVIO DE EL TRIUNFO ENTRANDO A STGO DE MARIA KM. 114	SANTIAGO DE MARIA	9 x 3 Mts.	\$ 200.00
17	VINIENDO DE EL LITORAL HACIA SANTIAGO DE MARIA FRENTE A COLEGIO SARA GEMA	SANTIAGO DE MARIA	9 x 3 Mts.	\$ 200.00
18	VINIENDO DE ACAJUTLA HACIA SONSONATE CONTIGUO A AUTO MOTEL LA PIRAMIDE	SONSONATE	9 x 3 Mts.	\$ 200.00
19	CARRET. DE ORO FTE UNIV,DON BOSCO CERCA DE UNICENTRO SOYAPANGO	SOYAPANGO	9 x 6 Mts.	\$ 450.00
20	KM 60 DESVIO BAY PASS STA ANA AHUCHAPAN FTE VIRGEN NTA SRA SANTA ANA	SANTA ANA	9 x 6 Mts.	\$ 450.00
21	KM 32.5 DE S.S. A SANTA ANA, DESPUES DE HILASAL, POR HOY COMERCIAL GALICIA	SAN ANDRES	9 x 3 Mts.	\$ 200.00
22	ENTRANDO A E.S. FRONTERA LAS CHINAMAS KM. 112 CONTIGUO A MIGRACION	AHUACHAPAN	9 x 3 Mts.	\$ 200.00
23	DE S.S. HACIA AHUACHAPAN KM 98, FTE MOTEL EL PUENTE, ENTRANDO AL BAY PASS	AHUACHAPAN	9 x 3 Mts.	\$ 200.00
24	KM 97 DE AHUACHAN A SANTA ANA - CERCA DE PUENTE ESCALANTE	AHUACHAPAN	9 x 3 Mts.	\$ 200.00
25	DE SAN SALVADOR A SONSONATE, DESVIO A SAN JULIAN, LADO DERECHO	SONSONATE	9 x 36Mts.	\$ 800.00
26	DE S.S. ENTRANDO A SAN VICENTE KM 58 - POR HOY ANUNCIA SALSITAS NATURAS	SAN VICENTE	9 x 3 Mts.	\$ 200.00
27	DE S.S. A USULUTAN VIA LITORAL KM. 115 DESVIO STGO DE MA.Y FTE TEMPLO EVANGELIC	USULUTAN	9 x 3 Mts.	\$ 200.00
28	DE S.S A USULUTAN VIA LITORAL KM. 110 ALTURA DESVIO A JIQUILISCO	USULUTAN	9 x 3 Mts.	\$ 200.00
29	DE SANTA TECLA HACIA LOS CHORROS, KM 16 1/2 - (2 VALLAS EN MISMA ESTRUCTURA)	SANTA TECLA	9 x 3 Mts.	\$ 200.00
29	DE SANTA TECLA HACIA LOS CHORROS, KM 15 - FINCA SAN LUIS, ILUMINADA (ONIPOLAR)	SANTA TECLA	9 x 6 Mts.	\$ 750.00
30				
31				

LOS VALORES ANTES DETALLADOS NO INCLUYEN IVA
Salvador Aquino - salvador_aquino@hotmail.com
Ejecutivo de Ventas - 2281-1338 / 7722-4990

ANEXO No. 7

**COTIZACIÓN CAPACITACIONES A IMPARTIR AL PERSONAL DE LA
FINCA SAN JORGE.**

Programación de Capacitaciones Octubre

¡Aproveche el financiamiento del INSAFORP!

Fecha de ejecución	Seminario	Inversión	INSAFORP
CONTABILIDAD Y FINANZAS			
Sábado 10 y 17	Aplicación de Leyes Tributarias	\$225.00	Viernes 02
Sábado 10 y 17	Costos Industriales	\$225.00	Viernes 02
Sábado 24	Normas de Información Financiera NIF	\$150.00	30% descuento FUNDES
COMPUTACION			
Sábado 10 y 17	Análisis de Datos y Tablas Dinámicas	\$260.00	Viernes 02
Sábado 24 y 31	Excel Financiero	\$260.00	Viernes 16
OPERACIONES Y LOGÍSTICA			
09 y 16	Administración Eficiente de Bodegas, Logística y Almacenamiento	\$225.00	Viernes 02
Sábado 10	Logística de Importaciones	\$145.00	Viernes 02
26	Manejo Efectivo de Inventarios	\$125.00	Viernes 16
Sábado 31	Gestión Integral de Compras	\$75.00	Viernes 23
PRODUCCION Y PROCESOS			
Viernes 16 y 23	Seguridad Industrial	\$225.00	Viernes 09
Sábado 24 y 31	Programa 5'S: Cinco pasos para lograr un Entorno Productivo y Rentable	\$225.00	Viernes 16
31 Oct. y 07 Nov.	Elaboración de Manuales de Procedimientos y Organización	\$225.00	Viernes 23
ADMINISTRACION GENERAL			
Sábado 17	Actualización en Redacción Empresarial y Ortografía	\$135.00	Viernes 09
Sábado 17	Taller de Prevención y Manejo de Estrés	\$45.00	
Sábado 24	Cómo Organizar Archivos y Documentos	\$135.00	Viernes 16
Lunes 26	Administración Efectiva del Tiempo	\$135.00	Viernes 16
SERVICIO AL CLIENTE			
Sábado 31	Excelencia en la Atención al Turista	\$45.00	
RECURSOS HUMANOS			
Sábado 24 y 31	Aplicación de Leyes Laborales y Conexas	\$225.00	Viernes 16
Sábado 31	Como Medir el Clima Organizacional	\$90.00	Viernes 23
ALTA GERENCIA			
Lunes 19	Los Efectos de la Economía Mundial en el desempeño Empresarial Nacional	\$30.00	

SOLICITE FORMULARIO Y BROCHURE PARA TRAMITAR APOYO INSAFORP

Información e Inscripciones

Tel.2526-6337

cjubis@fundes.org

ALIMENTOS / COCINA

Curso	Horarios	Duración	Inicio	Inversión
BOQUITAS Y MONTAJE PARA SERVICIO COCTEL (Santa Ana)	Sábado de 01:30pm - 05:30pm	20 horas	28-11-2009	\$50.00
COMIDA A LA VISTA II	Martes de 01:00pm - 05:00pm	16 horas	03-11-2009	\$69.00

ANEXO No. 8

**COTIZACIÓN BROCHURES POR PARTE DE ROBERTO CHANG,
ENCARGADO EMPRESA PRODUCCIÓN PUBLICITARIA**

Roberto Chang Peña
Producción Publicitaria

Av. Los Laureles # 10-A, Colonia La Sultana
Antiguo Cuscatlán, La Libertad, El Salvador.
Tel.:2275-6922. Telefax: 2275-6923.
e-mail:changpena@yahoo.com

San Salvador 22 de octubre de 2009

Lic. Ana Mirian Miranda
Asociación Nuevo Amanecer de El Salvador
Presente

Por este medio le estamos cotizando lo siguiente:

:

Impresión de 50 Afiches, portada impresa a una tinta Bristol, interiores Manifold: cada una \$1.31 Total: \$65.50

Impresión de 10,000 libretas, portada impresa a una tinta Bristol, páginas interiores Manifold: cada una \$0 .01166 Total: \$1166.00

Entrega: 10 días

Pago: 50% al confirmar la orden y 50% contra entrega.

Atentamente

Roberto Chang Peña

ANEXO No. 9

**COTIZACIÓN MANTENIMIENTO Y ACTUALIZACIÓN DE PAGINA
WEB POR PARTE DE LA EMPRESA SISTEMAS SV.**

DETALLE DE PLAN \$ 75.00 + I.V.A.:
-www.sistemassv.com

- Registro de nombre de primer nivel** (dominio – disponible)
- El Registro puede ser: COM, NET, US, WS, INFO, ORG, BIZ, TV, MOBI,
- Traslado y Renovación en páginas ya existentes
- Los registros COM.SV. Deberán ser solicitados de manera especial***
- Hosting (alojamiento) de 200 MB _ Pagina Web
- 5 Correos Electrónicos. Con Antivirus / Anti Spam (Instalado)
- Tráfico Ilimitado Mensual
- Acceso FTP – Download – Upload
- Envío de sitio a base de correos masivo – (publicidad de correo)
- **Mantenimiento Mensual del SITIO Incluido**
- **El diseño de página básica incluye:**
 - Texto ilimitado
 - 60 imágenes o fotografías
 - 10 archivos de audio (2 Megas C/U)
 - 10 archivos de video (50 Megas C/U)
 - 15 Animaciones de flash

PAGINA WEB \$ 75.00 + I.V.A.

Anual (Pago Único Anual)

Desarrollo de Aplicaciones

Sistemas de INTERNET - Publicidad

Tels. (503) 2219-6085 / 7223-6403

**www.sistemassv.com -
www.sistemassv.net**

gerencia@sistemassv.com

Valor de la Inversión es:

ANEXO No. 10

**COTIZACIÓN PUBLICACIÓN EN REVISTA REVUE, PARA ANUNCIO
DE LA FINCA SAN JORGE**



REVUE

El Salvador, Guatemala, Honduras' English Language Magazine

REVUE tiene una excelente cobertura con una distribución que cubre los lugares de negocios turísticos y entretenimiento, centros culturales, organizaciones privadas y no gubernamentales, embajadas, agencias de viajes transporte, aeropuertos, oficinas de turismo, tiendas entre otros.

Como la única revista mensual de turismo y cultura en inglés en el país, **REVUE** tiene un mercado grande de lectores dentro de la comunidad internacional y con Centroamericanos bilingües.

Es un hecho que nuestros lectores guardan su ejemplar de la revista durante todo el mes para utilizarlo como una guía de referencia, a diferencia de otras publicaciones que se leen una vez y se desechan. Nuestra distribución eficaz garantiza que cada ejemplar queda en las manos de la clientela potencial de nuestros clientes.

PRECIOS DE ESPACIOS PUBLICITARIOS

Tamaño	Tamaño en pulgadas	Blanco y negro / Full color	
1/10 página	2.33" x 1"	\$ 45.-	\$ 55.-
1/ 8 página vertical	2.33" x 1.83	\$ 80.-	\$ 95.-
1/ 8 página horizontal	4.83" x 1"	\$ 80.-	\$ 95.-
1/4 página vertical	2.33" x 3.50"	\$ 150.-	\$ 170.-
1/4 página horizontal	4.83" x 1.83"	\$ 150.-	\$ 170.-
1/3 página horizontal	4.83" x 2.33"	\$ 200.-	\$ 225.-
1/2 página vertical	2.33" x 7.33"	\$ 260.-	\$ 290.-
1/2 página horizontal	4.83" x 3.50"	\$ 260.-	\$ 290.-
1 página	5.5" x 8.5"	\$ 450.-	\$ 490.-

* Los precios incluyen IVA y son para una publicación (mensual)

* El primer diseño del anuncio es gratis si se participa por tres meses, se cobrará \$10 por artes con solo un mes de participación o cambios del arte del anuncio después del diseño original.

* Los pagos se hacen por anticipado de cada publicación. *

Contratos de de 3, 6 y 12 meses consecutivos reciben 5%, 8% y 10% de descuento respectivamente al pagar por adelantado.

* El cierre es cada 14 del mes.

Atentamente

Lena Johannessen

Gerente **REVUE** El Salvador

Col. Centroamérica, Calle San Salvador #202, San Salvador, El Salvador Tel/Fax:(503)2260-7475 Tel:2260- 1825

revue.elsalvador@gmail.com www.revuemag.com

REVUE

DISTRIBUCIÓN MENSUAL EN EL SALVADOR

HOTELES (SAN SALVADOR)

Hotel Marriott Presidente
Hotel Real Intercontinental
Radisson Plaza Hotel
Hotel Hilton Princess
Holiday Inn
Ramada Inn
Hotel Terraza
Hotel Internacional Puerto Bus
Hotel Novo
Hotel Oporto
Hotel Mediterráneo Plaza
Hotel Escalón Plaza
Hotel Grecia Real
Hotel Happy House
Hotel Siesta
Ximena's Guest house
Torogoz casa de huéspedes
Hotel Villa Florencia
Internacional Guest house
Hostal Verona
Hostal Lonigo
Hotel Villa Serena
Suites Las Palmas
Hotel Alameda
Hotel Olinda
La Posada del Rey Primero
Tazumal casa de huéspedes
Hotel Berlín
Hotel Villa Real
Alicante Guest House
Casa de Huéspedes Árbol de Fuego
Hotel Capital

AGENCIAS DE VIAJES

OPERADORES DE TURISMO

Turinter
Visa Travel
Puerto Travel
El Salvador Travel Service
SET Adventures
OTEC Turismo Joven
Eco Mayan Tours
Punta Mango surf trips
Papagayo Adventures
Turavia

Tecolote
Turismo Calle Real
Salvador Tours

EMPRESAS DE TRANSPORTE

King Quality
Transnica
Tica Bus
Terminal Internacional Puerto Bus
Del Sol

CAR RENTALS / SAN SALVADOR

Euro rent a car
Tropic rent a car

RESTAURANTES / CAFÉS / BARES / DISCOTECAS / SAN SALVADOR

La Ventana
Los Rinconcitos (zona rosa)
Piedras Calientes
La Luna Casa y Arte
El Arpa Irlandesa
Leyendas café bar
Bar Medieval
Las Fajitas
Restaurante vegetariano Sol y Luna
Pizza Nova
Abajo Lounge
Charrua
Maya Café
La Panetière zona rosa
La Panetière plaza San Benito
La Panetière plaza Villavicencio
La Panetière Metrocentro
La Panetière C. Comercial Paseo
La Panetière Multiplaza
Los Balcones
Pizzería Krisppys
Mr. Crepe
Plaza Kalpataru
El Sopón Típico (Blvd. Los Heroes)
Sopon Típico (Escalon)
Inka grill
Pupuseria Paty (Los Planes de R.)
Coconut Grove