

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS
SECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



Universidad de El Salvador

TRABAJO DE GRADO:

“CREACIÓN DE PROYECTO DE AGROTURISMO EN LA ASOCIACIÓN COOPERATIVA CAFETALERA “SAN CARLOS DOS DE R.L.” COMO FUENTE DE DESARROLLO LOCAL DEL CANTÓN LA MONTAÑITA, MUNICIPIO DE OSICALA, DEPARTAMENTO DE MORAZÁN, AÑO 2014.”

PRESENTADO POR:

AMÉRICO JOSÉ CAMPOS COREAS
FREDY ARTURO HERNÁNDEZ PACHECO
JANCY EMMANUEL CHÁVEZ ZELAYA

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

DOCENTE DIRECTOR:

LICENCIADO JORGE ALBERTO ORTEZ HERNÁNDEZ
CIUDAD UNIVERSITARIA ORIENTAL, MAYO DE 2015
SAN MIGUEL, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AUTORIDADES

ING. MARIO ROBERTO NIETO LOVO

RECTOR

MS.D ANA MARIA GLOWER DE ALVARADO

VICE-RECTORA ACADEMICA

DRA. ANA LETICIA ZAVALETA DE AMAYA

SECRETARIA GENERAL

LIC. FRANCISCO CRUZ LETONA

FISCAL GENERAL

FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL

AUTORIDADES

LIC. CRISTOBAL HERNAN RIOS BENITEZ

DECANO

LIC. CARLOS ALEXANDER DIAZ

VICE-DECANO

LIC. JORGE ALBERTO ORTEZ HERNÁNDEZ

SECRETARIO

Agradecimientos: Américo José Campos Coreas.

A Nuestro padre Celestial, quien siempre me dio fortaleza a pesar de cualquier adversidad y me ha brindado sus grandes bendiciones para poder culminar mis metas y me ha dado sabiduría cada vez que la he pedido.

A mis padres, Priscila Janeth Coreas de Campos y José Fernando Campos Mejía, quienes se han esforzado desde que nací para formar una persona integral y de beneficio a la sociedad, infinitamente gracias por sus sacrificios, es hora de devolver un poco de lo que me han dado. Les amo.

A mi hermana, Elisa Estephania Campos Coreas, quien me ha dado su apoyo en diferentes aspectos y momentos de mi vida y a mis demás familiares también.

A nuestro asesor, Lic. Jorge Alberto Ortez Hernández, por brindarnos sus conocimientos y ser un guía en este proyecto. Por su paciencia, dedicación y sus valiosos aportes. Mis respetos y admiración en todo momento.

Al personal administrativo y docentes de la Universidad de El Salvador F.M.O. y a mis compañeros de tesis Jancy Emmanuel Chávez Zelaya y Fredy Arturo Hernández Pacheco, por ser parte de esta etapa tan importante e inolvidable de mi vida, el conocimiento que se me ha brindado en cada año, materia y proceso, su ayuda en el transcurso de esta carrera ha sido fundamental para mi formación profesional.

A mis amigos, de infancia y del alma Juan Navarro, Alex Rodríguez, Elvis Martínez, Carlos Bonilla, Vladimir Guillen y a todas esas personas importantes y valiosas para mí que contribuyeron durante mi carrera, gracias por su ayuda y apoyo leal e incondicional. Les quiero.

A mi novia, Orfa Álvarez García, quien durante este proceso fue mi compañera idónea, brindándome su apoyo, ánimos, comprensión y amor en todo momento y con quien puedo compartir este triunfo que ayudará a tener un mejor futuro y a cumplir nuestras metas. Te amo.

Agradecimientos: Jancy Emmanuel Chávez Zelaya.

A mi Padre Celestial, que siempre me ha brindado su ayuda en los momentos adversos, me ha escuchado mis oraciones y me brindo la sabiduría necesaria, para poder aprender las enseñanzas y obtener buenas calificaciones. Te amo grandemente mi Padre eterno.

A mis padres, Norma Jeannette Zelaya de Chávez y Jancy Joaquín Chávez, que han velado por mi bienestar, mi padre brindándome su ayuda para tener lo necesario y mi madre dándome ánimos y exhortándome cuando lo he necesitado para poder ser mejor cada día, lo cual me ha servido de mucho para poder lograr este éxito que también es motivo de orgullo para ellos. Los amo mucho.

A mis hermanas, Jossy Catherine y Blanca Maribel Chávez Zelaya, por su apoyo incondicional y ayudarme en los momentos que lo necesite y a mi tía Judith de la paz Zelaya, por estar ahí y ayudarme cuando pedí de su ayuda.

A nuestro asesor, Lic. Jorge Alberto Ortez Hernández, por brindarnos paciencia en este proceso tan importante y ayudarnos a ser mejores con los conocimientos compartidos con nosotros, lo cual nos lleva a admirarlo como profesional.

A mis compañeros de tesis Américo José Campos Coreas y Fredy Arturo Hernández Pacheco, que se formaron juntamente conmigo en este proceso de aprendizaje tan importante en mi vida, con quienes comparto muy buenos recuerdos de toda nuestra formación como profesionales.

A mi novia Ana Elvia Pineda Flores, por brindarme su apoyo en este proceso y ayudarme, en lo que ella ha podido para poder lograr la culminación, de la última parte de mi formación profesional, y a las personas que de manera directa o indirecta me apoyaron en alguna momento, gracias también a ellos y ellas. Al personal administrativo y docentes de la Universidad de El Salvador F.M.O. que hacen posible el proceso de enseñanza, con el cual me forme en esta prestigiosa universidad, y a la vez especial tanto por la enseñanza como por las personas que la conforman.

Agradecimientos: Fredy Arturo Hernández Pacheco.

Agradezco a Dios, por darme fuerzas en el transcurso de esta etapa de mi vida, y permitirme culminar mis estudios.

A mis padres, Dolores Angelina Pacheco y Fredy Arturo Hernández Lemus, que me brindaron su apoyo incondicional, mi Madre dándome fuerzas para continuar a pesar de tanto sacrificio y adversidades que pasamos para lograr este éxito en mi vida, a mi Padre que en la distancia me apoyo y me aconsejo a siempre persistir, los amo.

A mi hermana, Joseline Frinee Hernández Pacheco, que siempre me apoyo, ayudándome y dándome fuerzas para continuar, tu eres parte de este éxito.

A nuestro asesor, Lic. Jorge Alberto Ortiz Hernández, por ser nuestra guía en este proceso de formación, brindando paciencia, disciplina y sus conocimientos para lograr ser un profesional que lleve en el alto a nuestra querida Universidad.

A mis compañeros de tesis Américo José Campos Coreas y Jancy Emmanuel Chávez Zelaya, que formaron parte de este proceso de formación como profesionales, y que juntos logramos culminar este etapa de nuestras vidas.

A mi novia Jacqueline Iveth Ciciliano Turcios, que siempre estuvo brindándome su apoyo, ayudándome hasta donde le fue posible, te amo.

A mama Tina, que siempre me aconsejo a su manera, estuvo pendiente de mi proceso de formación, y me facilito alimentación en momento difíciles, con mucho cariño digo Gracias mama Tina.

Al Ing. Raúl Antonio Torres Hernández por aportar ideas y ayudarme en el proceso.

Al personal administrativo, docentes y todos aquellos que forman parte de la gran familia de la Universidad de El Salvador F.M.O. que hacen posible el proceso de enseñanza, con el cual me forme en esta prestigiosa Universidad.

INDICE

RESUMEN EJECUTIVO

INTRODUCCIÓN.....	i
1. CAPÍTULO UNO: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1. TÍTULO DEL PROYECTO.....	2
1.1.1. TEMATICA ABORDADA.....	2
1.2. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN.....	3
1.2.1. ANTECEDENTES.....	3
1.3. JUSTIFICACIÓN.....	10
1.4. OBJETIVOS.....	11
1.4.1. OBJETIVO GENERAL.....	11
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
1.5 DELIMITACIONES.....	12
2. CAPÍTULO DOS: MARCO DE REFERENCIA.....	13
2.1. DESARROLLO LOCAL.....	13
2.1.1. COMUNIDAD RURAL ORGANIZADA.....	16
2.1.2. FORMACIÓN DE CAPACIDADES PARA LOS HABITANTES.....	17
2.1.3. MEJORA EN LA PRODUCTIVIDAD LOCAL.....	20
2.1.4. DIVERSIFICACIÓN DE LAS FUENTES DE INGRESOS.....	21
2.2. AGROTURISMO.....	24
2.2.1. SITUACIÓN ACTUAL.....	26
2.1.2. APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS NATURALES, SOCIALES Y CULTURALES.....	28
2.1.3. AMPLIACIÓN DE OPCIONES ECONÓMICAS.....	32
2.1.4. ESTRATEGIA PARA DESARROLLO.....	35
3. CAPÍTULO TRES: METODOLOGÍA.....	37
3.1 TIPO DE ESTUDIO.....	37
3.1.1. INVESTIGACIÓN CUALI-CUANTITATIVA.....	37
3.1.2 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA.....	37
3.2. UNIVERSO.....	37
3.3 MUESTRA.....	38
3.4 CRITERIOS DE INCLUSIÓN Y EXCLUSIÓN.....	41
3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	42
3.6 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN.....	47
3.6.1 OBSERVACIÓN DIRECTA.....	48
3.6.2 ENCUESTA.....	48

3.7 VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS	49
3.8 PROCESAMIENTO DE LOS DATOS.	49
3.9 PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN.	50
CAPITULO 4: INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS.	51
4.1 TABULACIÓN DE LOS DATOS DE LOS MIEMBROS DE LA JUNTA DIRECTIVA DE LA COOPERATIVA “SAN CARLOS DOS” DE R.L.....	51
4.2 TABULACIÓN DE LOS DATOS DE LOS MIEMBROS DE ADESCO TAFUVI EL TABLÓN EN ACCIÓN.	81
4.3 TABULACIÓN DE DATOS DE TURISTAS.....	117
4.4 CONCLUSIONES.....	135
4.4.1 COMUNIDAD RURAL ORGANIZADA.....	135
4.4.2 FORMACIÓN DE LAS CAPACIDADES PARA LOS HABITANTES.	135
4.4.3 MEJORA EN LA PRODUCTIVIDAD LOCAL.	136
4.4.4 DIVERSIFICACIÓN DE LAS FUENTES DE INGRESO.....	136
4.4.5 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.	137
4.4.6 APROVECHAMIENTO DEL MEDIO AMBIENTE, RECURSOS SOCIALES Y CULTURALES.	138
4.4.7 AMPLIACIÓN DE LAS OPCIONES ECONÓMICAS.	138
4.4.8 ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO COMUNAL.	139
4.4.9 AGROTURISMO.....	139
4.4.10 DESARROLLO LOCAL.	141
4.5 RECOMENDACIONES.....	143
4.5.1 COMUNIDAD RURAL ORGANIZADA.....	143
4.5.2 FORMACIÓN DE CAPACIDADES PARA LOS HABITANTES.....	143
4.5.3 MEJORA EN LA PRODUCTIVIDAD LOCAL.	144
4.5.4 DIVERSIFICACIÓN DE LAS FUENTES DE INGRESO.....	144
4.5.5 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.	145
4.5.6 APROVECHAMIENTO DEL MEDIO AMBIENTE, RECURSOS SOCIALES Y CULTURALES.	146
4.5.7 AMPLIAR OPCIONES ECONÓMICAS.....	147
4.5.8 ESTRATEGIA PARA DESARROLLO DE LAS ÁREAS RURALES.	148
4.5.9 RECOMENDACIÓN GENERAL DESARROLLO LOCAL Y AGROTURISMO.	149
CAPITULO 5: PROYECTO DE AGROTURISMO EN LA COOPERATIVA CAFETALERA “SAN CARLOS DOS” DE RL, COMO FUENTE DE DESARROLLO LOCAL.....	151
5.1. OBJETIVOS.	151
5.1.1 OBJETIVO GENERAL.....	151

5.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	151
5.2 ASPECTOS BIOFÍSICOS.....	152
5.2.1 MACROLOCALIZACIÓN.....	152
5.2.2 MICROLOCALIZACIÓN.....	156
5.2.3 CLIMA.....	157
5.2.4 HIDROGRAFÍA.....	158
5.2.5 FLORA.....	158
5.2.6 FAUNA.....	159
5.3 RESEÑA HISTÓRICA, SOCIAL Y CULTURAL.....	160
5.3.1 HISTORIA DE LA COMUNIDAD.....	160
5.3.2 COSTUMBRES Y TRADICIONES.....	161
5.3.3 ORGANIZACIONES DE LA COMUNIDAD.....	162
5.4 ANÁLISIS DE LA INFRAESTRUCTURA BÁSICA.....	162
5.4.1 VÍAS DE ACCESO Y TRANSPORTE.....	162
5.4.2 SERVICIOS BÁSICOS.....	163
5.4.3 FUENTES DE EMPLEO E INGRESOS.....	164
5.5 PLANEACIÓN DEL PROYECTO.....	166
5.5.1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	166
5.5.2 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	167
5.5.3 ANÁLISIS FODA.....	168
5.5.4 MISIÓN.....	170
5.5.5 VISIÓN.....	170
5.5.6 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	171
5.5.7 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA.....	173
5.6 PLAN DE MARKETING.....	175
5.6.1 PERFIL DEL CONSUMIDOR.....	175
5.6.2 ESTRATEGIA DE MARKETING.....	176
5.6.3 DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS.....	176
5.6.4. HORARIOS PROPUESTOS PARA LOS SERVICIOS.....	183
5.6.5. CONTROL DE LAS VENTAS.....	184
5.6.6. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE COMPRAS.....	184
5.6.7. SERVICIO POST VENTA.....	185
5.6.8. PRECIOS.....	187
5.6.9. DISTRIBUCIÓN.....	188
5.6.10. PROMOCIÓN.....	189
5.7 ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS.....	192

5.7.1 ORGANIGRAMA FUNCIONAL DEL PROYECTO.....	192
5.7.2 DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS DE TRABAJO.....	193
5.7.3 MATRIZ DE ACTIVIDADES DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE SERVICIOS DEL PROYECTO.....	206
5.7.4 PROVISIÓN DE RECURSOS HUMANOS.....	208
5.7.5 EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO.....	212
5.7.6 PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN.....	213
5.7.7 SEGURIDAD E HIGIENE OCUPACIONAL.....	214
5.7.8 PROGRAMACIÓN DEL PERSONAL.....	214
5.8 PLANOS Y DISTRIBUCIÓN DEL PROYECTO.....	215
5.8.1. PLANTA ARQUITECTÓNICA DE RESTAURANTE.....	216
5.8.2. PLANO DE CABAÑAS.....	217
5.8.3. DIAGRAMA DE ACTIVIDADES RELACIONADAS EN RESTAURANTE.....	218
5.9 ESTUDIO FINANCIERO.....	219
5.9.1 GENERALIDADES DEL ESTUDIO FINANCIERO.....	219
5.9.2 INVERSIÓN INICIAL DE ACTIVO FIJO.....	219
5.9.3 GASTOS POR CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA Y AGUA.....	221
5.9.4 GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	222
5.9.5. GASTOS DE VENTA.....	224
5.9.6. ACTIVO FIJO.....	225
5.9.7 CALCULO DE DEPRECIACIÓN Y VALOR DE SALVAMENTO.....	227
5.9.8 INGRESOS E INVERSIÓN INICIAL.....	228
5.9.9. VALOR ACTUAL NETO.....	232
5.9.10 TASA INTERNA DE RETORNO.....	233
5.9.11. PUNTO DE EQUILIBRIO.....	234
5.9.12 BALANCE GENERAL INICIAL.....	235
5.9.13 ESTADO DE RESULTADO PRO FORMA.....	236
5.9.14 RAZONES FINANCIERAS.....	237
5.10 MARCO LEGAL Y FACTORES RELEVANTES.....	238
5.11 IMPACTO AMBIENTAL.....	241
5.12 IMPACTO SOCIOECONÓMICO.....	243
5.13 INCENTIVOS Y BENEFICIOS SEGÚN LA LEY DE TURISMO.....	245
BIBLIOGRAFIA.....	246
ANEXOS	249

RESUMEN EJECUTIVO

La creación del proyecto de Agroturismo como fuente de desarrollo local para el cantón La Montañita en el municipio de Osicala, departamento de Morazán, se efectúa con el propósito de proporcionar una opción que contribuya al desarrollo de las comunidades involucradas, generando actividad turística de forma novedosa a través del concepto de Agroturismo, aprovechando los recursos naturales y contribuyendo a la sostenibilidad.

Para poder conocer el problema de forma veraz y específica, se utilizaron técnicas de recolección de datos como encuestas dirigidas a los diferentes entes involucrados, tales como turistas, habitantes de la comunidad, consejo administrativo de la Cooperativa San Carlos Dos e instituciones que apoyan este tipo de proyectos. Recolectar esta información permitió conocer la situación actual de todos los involucrados, realizar un diagnóstico y proponer una solución objetiva a la problemática.

Los problemas de mayor relevancia en el ámbito son la ausencia de opciones de desarrollo económico para los habitantes de la comunidad, el deseo de superación y nuevas oportunidades para generar ingresos que permitan sostener a sus familias, la búsqueda de nuevas alternativas de negocio de parte de la Cooperativa y la demanda de nuevas opciones de turismo de parte de las personas que consumen este tipo de servicios.

Es de suma importancia mencionar que el cantón La Montañita cuenta con una diversidad de recursos naturales tales como: hídricos, clima, aire puro, vegetación, fauna y amabilidad de sus habitantes que proporcionan un potencial turístico a la zona. Por lo tanto, la ejecución del proyecto permitirá impulsar el desarrollo económico e impulsar agroturismo de forma sostenible en la zona, logrando el progreso de la comunidad.

INTRODUCCIÓN.

Es importante que las localidades procuren lograr el desarrollo, por ello deben emprender la búsqueda de mecanismos que contribuyan a poder lograr dicho objetivo, cómo lo es, el mejoramiento de la productividad y condiciones de vida de los habitantes, poder ampliar las opciones económicas, aprovechar sus recursos e impulsar sus territorios entre otros.

Muchas comunidades han adoptado los diferentes tipos de turismo como eje para el desarrollo local. A través del Agroturismo, se logra el desarrollo sostenible e integral de la población, ya que permite el aprovechamiento de los recursos naturales con el que las comunidades cuentan y el crecimiento económico, social y cultural.

Un lugar que cuenta con las condiciones idóneas para la implementación de un proyecto de agroturismo es el Cantón las Montañitas, Municipio de Osicala, Departamento de Morazán, lugar en el que opera la Asociación Cooperativa “San Carlos Dos” de R.L. que se dedica a la producción de café y quienes cuentan con los derechos de propiedad de los terrenos aledaños, dicho proyecto beneficiará a la comunidad y a la cooperativa.

La investigación es de tipo cualicuantitativa, descriptiva, en donde se conocerán aspectos generales de como poder alcanzar el desarrollo local a través de un proyecto de agroturismo, justificación y objetivos del proyecto, el marco referencial con la teoría al respecto de la investigación. Para determinar la muestra se utilizó un método no probabilístico con población finita para la comunidad y población infinita para los turistas.

1. CAPÍTULO UNO: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1. TÍTULO DEL PROYECTO.

Creación de proyecto de agroturismo en la Asociación Cooperativa Cafetalera “San Carlos Dos” de R.L. como fuente de desarrollo local del Cantón la Montañita, Municipio de Osicala, Departamento de Morazán, año 2014.

1.1.1. TEMATICA ABORDADA.

El desarrollo local como modelo de desarrollo económico dentro de la localidad del cantón la montañita, municipio de Osicala en el departamento de Morazán, es el eje principal dentro de la investigación a realizar, debido primeramente a que en la localidad el centro de desarrollo es la Cooperativa San Carlos Dos específicamente en la producción de café, debido a que ese es el principal trabajo que se realiza en la zona estando este condicionado por la temporada de producción.

Con énfasis a lo mencionado anteriormente, es necesario poner en marcha un método de desarrollo local, que puede impulsar desde el empleo hasta el subempleo de manera informal, para poder generar mayor posibilidades de desarrollo tanto para la localidad como para cada individuo que la conforma, y así poder fortalecer esta economía tan condicionada por lo que puede ofrecer la cosecha de café en la zona.

Al observar las características que tiene el desarrollo local, cubre las necesidades de la localidad como ampliar sus fuentes de trabajo, tener un potencial de desarrollo más allá del proporcionado por la Cooperativa, poder generar un valor agregado en las personas.

Y que les ayude a poder contribuir con la dinámica del desarrollo, y no solo ser simples observadores sino también con sus habilidades desarrolladas, poder contribuir para que la localidad no quede estancada ni relegada con los cambios que la dinámica económica provoca, de la misma manera poder utilizar todos los recursos ociosos de la localidad desde su belleza natural hasta la jovialidad de las personas de la zona y el buen ambiente.

Al tomar en cuenta el aporte que hizo el implementar un proyecto orientado en el desarrollo local, enfocando este en un ámbito económico se pudo observar que el aporte del mismo en la localidad fue bastante bueno y será prometedor.

1.2. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN.

1.2.1. ANTECEDENTES.

El desarrollo local surge, dependiendo de las necesidades particulares de cada comunidad; en tal sentido hay diversas opiniones, sobre su surgimiento. Según instituciones internacionales el origen de éste se encuentra en Francia en el año de 1965 cuando se empezaron a tomar medidas de políticas económicas para propiciar el Desarrollo Local en las zonas rurales desfavorecidas, mediante el plan de fomento rural denominado “Plan de amangement rural.”¹

Sin embargo, la mayoría de autores plantean que surge después de la crisis económica en la década de los años de 1970 en los países industrializados, que tuvo un fuerte impacto en muchas economías, deteriorando las condiciones económicas y sociales de la población.

¹ OBSERVATORIO IBEROAMERICANO DEL DESARROLLO LOCAL Y LA ECONOMÍA SOCIAL Revista académica, editada y mantenida por el Grupo EUMED.NET de la Universidad de Málaga. ISSN: 1988-2483 Año 4 – Nro.8 –Junio de 2010

Las medidas desarrolladas por los gobiernos centrales resultaban por lo general demasiado genéricas e ineficaces, ya que su lejanía y verticalidad impedían incorporar en ellas los rasgos específicos de los diferentes sistemas productivos locales.

En el año de 1947 fue establecida la Comisión Económica para la América Latina (CEPAL), como una agencia especializada de las Naciones Unidas, en el tema del desarrollo y el subdesarrollo latinoamericano y por lo tanto, capaz de producir un “discurso” sobre el tema del desarrollo y el subdesarrollo latinoamericanos desde una posición de poder/saber empleándose en la misma dirección que lo emplearon los estructuralistas franceses.

La CEPAL manejó que el factor explicativo esencial del subdesarrollo latinoamericano era el deterioro creciente de los términos de intercambio, es decir, un balance negativo entre el índice de precios de lo que exportaban y de lo que importaban los países latinoamericanos hacia los países centrales o desarrollados provocando un deterioro en los términos de intercambio y una obsoleta estructura productiva agropecuaria, la cual en pleno siglo XX, presentaba características más de la hacienda colonial que de una empresa moderna.

La CEPAL impulsó el “modelo de desarrollo hacia adentro” que implicaba: la modernización del sector agropecuario, industrialización por sustitución de importaciones, diversificación del sector servicios. El modelo pretendía sustituir estructuras y relaciones sociales no-rationales, heredadas del “modelo de crecimiento hacia fuera”, o agroexportador. Hacia finales de la década de 1970 los países que implementaron el modelo sufrían un endeudamiento externo.

Este minimizaba las posibilidades de intervención del Estado en las tareas del crecimiento económico.² En los países latinoamericanos durante sus primeros diez años, el programa de desarrollo local, a través de las Asociaciones de Desarrollo había resultado muy eficiente como acompañante del proceso de modernización productiva en el agro y en la industria de los países latinoamericanos.

Las Asociaciones se habían extendido geográficamente, pero de manera especial hacia las mismas áreas fronterizas adonde se desplazaba la población. Esto provocó una crisis debido a que los países latinoamericanos no podían competir ni igualar en cuanto a recursos para la implementación de estos modelos contra países desarrollados.

Posterior a dicha crisis surge el fenómeno de la globalización, coincidentemente con la instauración del modelo neoliberal y los procesos de reforma política y administrativa, propuestas desde organismos financieros internacionales como el Banco Mundial (BM) y el Fondo Monetario Internacional (FMI).

El surgimiento del Desarrollo Local en El Salvador se ubica en los primeros años de la década de los noventa, cuando la firma de los Acuerdos de Paz dio paso a nuevas formas de concepción y ejecución de programas y proyectos orientados a apoyar a la población, cambiando con esto los esquemas tradicionales y las formas de intervención estatal que habían venido desarrollándose en un contexto de globalización.

² USAID, "Guía para promover el Desarrollo Económico Local", Enero de 2008

En El Salvador surgió en 1990 el Fondo de Inversión Social (FIS). Su misión era contribuir a la disminución de los efectos negativos del Programa de Ajuste Estructural (PAE) en los sectores más vulnerables, es decir, aquellos en extrema pobreza. El 19 de septiembre de 1996, fue emitido el decreto legislativo 826, que contenía modificaciones sustanciales a la ley originaria del FIS: se le asignó un espacio en el Presupuesto General de la Nación para sus gastos de funcionamiento y se le incorporaron las funciones del Programa de Municipalidades en Acción (MEA) de la Secretaría de Reconstrucción Nacional (SRN).

A partir de ese momento la institución se denominó Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local de El Salvador (FISDL), transformándose en una entidad gubernamental permanente y principal responsable del Desarrollo Local y Comunal en El Salvador, liderando la erradicación de la pobreza en el país. Su nueva misión era “promover la generación de riquezas y el desarrollo con la participación de los gobiernos municipales, las comunidades, la empresa privada y las instituciones del gobierno central que implementan proyectos de infraestructura social y económica”³

Sin embargo, en términos prácticos el Desarrollo Económico Local tiene su aparición en el país en el año de 1994, con la realización de las primeras elecciones municipales y legislativas después de firmados los Acuerdos de Paz, el tema cobró importancia en las agendas de los partidos políticos, con lo cual empezaron a surgir iniciativas de gestión territorial en el ámbito municipal, es decir, iniciativas de desarrollo municipal.

³ Fondo de Inversión Social para el Desarrollo de El Salvador “Estrategia nacional de desarrollo local I”, San Salvador, 1999.

Las municipalidades tenían la posibilidad de trabajar de la mano con la población a través de sus organizaciones comunales, y en la gestión de recursos locales que condujera a una mejora de sus condiciones de vida, orientando sus esfuerzos hacia procesos de fortalecimiento de la democracia con la participación de la población en la toma de decisiones estratégicas, la utilización de herramientas de planificación participativa y el desarrollo de iniciativas económicas novedosas para generar inversión en el ámbito local e incentivar fuentes de empleo en los municipios.

Desde esa fecha las alcaldías se constituyeron como uno de los principales promotores del proceso de Desarrollo Local. Históricamente, han persistido marcadas diferencias socio-económicas y territoriales que han frenado en buena medida los esfuerzos comunales de desarrollo.

La existencia de desequilibrios municipios y comunidades del país, así como entre lo urbano y lo rural; obligan desde lo local a trabajar por reducir la brecha existente entre éstas, poniendo mayor énfasis en el mejor uso de los recursos disponibles.

Además de enfrentar desigualdades territoriales en aspectos como recursos naturales y económicos, que se reflejan en los niveles de vida de los pobladores y pobladoras de las comunidades; uno de los problemas que deben enfrentar las municipalidades es el financiamiento para ejecutar inversiones en programas y proyectos relacionados con la generación de capacidades locales en las diferentes áreas del desarrollo en las diferentes comunidades.

La gestión de fondos para el desarrollo de las capacidades locales es viable en la medida en que sus actores principales (gobierno central, gobiernos municipales, ciudadanos y ciudadanas) se comprometan a impulsar la creación de políticas públicas de desconcentración y descentralización de competencias y facultades, que otorguen a los habitantes una autonomía financiera, la cual requiere por otra parte, que los recursos sean descentralizados, para incrementar el apoyo financiero y contribuir a generar alternativas de ingresos y por tanto pueden atender y suplir mejor sus demandas.

Ciertamente, la capacidad de gestión para el Desarrollo Local varía radicalmente entre regiones y municipios, tanto en términos de recursos materiales y financieros, de capacidad humana y técnica, así como en términos de la falta de voluntad política.

La ausencia de una gestión local participativa, visionaria y productiva sigue siendo una limitante difícil de enfrentar para las municipalidades, y las asociaciones de desarrollo comunal (ADESCO) explicado en parte por la falta de planes de desarrollo en donde se reflejen objetivos claramente definidos así como los agentes involucrados y los roles que éstos desempeñarán en este proceso.

Es evidente que los recursos financieros son importantes para que las diferentes localidades superen las debilidades mencionadas anteriormente, ya que sin ello es imposible el fortalecimiento local. Si bien es cierto que lo anterior es importante, también existen aspectos más cualitativos que frenan la posibilidad de avanzar en el proceso de Desarrollo, dentro de los que destacan: en la mayoría de casos la escasa formación académica de las personas líderes en las comunidades.

También hay que destacar que la exclusión de las mujeres, es una limitante, especialmente de las mujeres jóvenes, porque no se fortalece su empoderamiento y por tanto no se perciben como entes activas dentro del mismo, no obstante, en términos prácticos resultan ser las que más aportan desde el trabajo tanto productivo como reproductivo al bienestar de sus hogares y el de la comunidad, lo cual es esencial para potenciar la participación y el compromiso en la nuevas generaciones y garantizar la sostenibilidad del proceso.

Sumado a lo anterior, generalmente no existe una visión compartida del desarrollo entre los diferentes actores que intervienen, por lo que, suele observarse acciones aisladas que representan en muchos casos, dualidad de esfuerzos y desde luego pérdida de recursos, que en nada abona al tan necesitado desarrollo económico local, traduciéndose en la lenta mejoría en las condiciones de vida la población.

Por lo tanto, es imprescindible y urgente establecer un conjunto de capacidades como la innovación, creatividad y capacidad emprendedora de los agentes locales, la solvencia técnica y de gestión de los recursos humanos, la capacidad organizativa y de relacionamiento de las personas y organizaciones públicas y privadas, la capacidad de articulación con el entorno institucional, productivo y mercadológico, la capacidad de liderazgo y generación de diálogos.

Al hablar sobre el desarrollo local se presentan al menos dos perspectivas validas de ser mencionadas. Desde el punto de vista de las agencias estatales e internacionales, se refiere a los: "Procesos en cuya virtud los esfuerzos de una población se suman a los de su gobierno para mejorarlas condiciones económicas, sociales y culturales de las comunidades, integrar a éstas en la vida del país y permitirles contribuir plenamente al progreso nacional".

Y desde el punto de vista de la sociedad civil corresponde a "Aquel proceso educativo, coordinado y sistemático, en el que, partiendo de las necesidades, carencias, o situaciones de dificultad, los miembros de la comunidad tratan de organizar el proceso global de la misma, con el fin de mejorar las condiciones sociales, económicas, políticas y culturales y lograr una transformación de la realidad social".

Además que las localidades puedan propiciar las condiciones adecuadas para que la población y los diferentes actores de los municipios mejoren su calidad de vida en los diferentes aspectos, tales como salud, alimentación y nutrición, alfabetización, esperanza de vida; considerando que el cumplimiento de éstos es el fin último del desarrollo económico local.

1.3. JUSTIFICACIÓN.

Si se observa detenidamente los niveles de desarrollo y accesos a los servicios básicos, como la salud, el agua potable y luz eléctrica, en la comunidad estudiada se puede observar que ese nivel de desarrollo es muy bajo debido a la dependencia de un solo tipo de trabajo por parte de los miembros de la comunidad al ser un trabajo de tipo temporal están condicionados a poder tener trabajo solo la temporada de cosecha de café en este caso.

Al tomar en cuenta que el foco de desarrollo de la comunidad en estudio es la Asociación Cooperativa "San Carlos dos" de R.L. se puede observar y concluir mediante la investigación exploratoria realizada, que si la Cooperativa se queda estancada también se estanca el desarrollo de la comunidad; por lo cual si se desarrolla un proyecto de agroturismo en la zona ayudaría primeramente a poder explotar todos los recursos ociosos que la Cooperativa posee y podría llevar también consecuentemente otra fuente de desarrollo a la comunidad.

Retomado lo expuesto anteriormente se hace más que necesario para la comunidad el poder impulsar un proyecto que les ayude a poder tener más posibilidades de desarrollo y poder tener acceso a los servicios de salud, agua potable y energía eléctrica que vendrían consecuentemente con el desarrollo de la comunidad.

1.4. OBJETIVOS.

1.4.1. OBJETIVO GENERAL.

Crear un proyecto de agroturismo en la Asociación Cooperativa Cafetalera “San Carlos Dos” de R.L. como fuente de desarrollo comunal del cantón la montaña, municipio de Osicala, departamento de Morazán.

1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

1. Identificar el nivel de organización comunal que tiene el Cantón la Montaña municipio de Osicala, departamento de Morazán.
2. Determinar si el proyecto ayudará a la formación de capacidades en los habitantes del Cantón la Montaña, que contribuyan con el desarrollo tanto del proyecto como de la comunidad.
3. Contribuir con distintas fuentes económicas que ayuden a diversificar los ingresos de los habitantes del Cantón La Montaña, municipio de Osicala, departamento de Morazán.
4. Evaluar si la creación de un proyecto de agroturismo ayudará a la mejora de la productividad local en el Cantón La Montaña, municipio de Osicala, departamento de Morazán.

1.5 DELIMITACIONES.

Delimitación Espacial: La investigación del proyecto se llevará a cabo en el cantón la montaña, municipio de Osicala en el departamento de Morazán, El Salvador, Centroamérica.

Delimitación Temporal: La investigación se llevará a cabo entre el mes de marzo del año 2014 a febrero de 2015.

Delimitación Teórica: El tipo de investigación a realizar será una investigación cualicuantitativa – descriptiva.

Delimitación de personal: La investigación fue llevada a cabo por tres personas.

Delimitación financiera: Los costos de realizar la investigación se detallan a continuación.

Descripción	Valor
Transporte	\$52.50
Papelería	\$14.25
Alimentación	\$37.50
Ayuda de peritos	\$350
Plan de marketing	\$50
Total	\$504.25

2. CAPÍTULO DOS: MARCO DE REFERENCIA.

2.1. DESARROLLO LOCAL.

Para poder hablar sobre el desarrollo local y todos los elementos que lo conforman es necesario determinar un concepto fijo de lo que desarrollo local significa; por lo tanto desarrollo local lo podemos definir: “como el proceso de organización del futuro de un territorio, y resulta del esfuerzo de concertación y planificación emprendido por el conjunto de actores locales, con el fin de valorizar los recursos humanos y materiales de un territorio dado, manteniendo una negociación o diálogo con los centros de decisión económicos, sociales y políticos en donde se integran y de los que dependen”.⁴

Como se puede observar hablar de desarrollo local es hablar de un tema amplio, en el cual juegan un papel importante todos los que conforman la localidad, donde cada uno de los aspectos de la localidad debe trabajar y estar de acuerdo en el fin deseado, para que todos los recursos estén orientados hacia un objetivo claro y específico para que sea más fácil o meno difícil de lograr, para beneficio de toda la localidad.

Al tener en claro que para poder obtener un desarrollo local es necesario que todos los participantes del mismo deben tener el mismo objetivo, se hace necesario saber cuáles son los elementos interrelacionados, para lograr los objetivos trazados en el proceso de desarrollo local, los cuales son:

- “1. Las inversiones sectoriales no necesariamente llevan a desarrollo local.
2. Los modelos de desarrollo local son característico de cada localidad.
3. Debe nacer con la población propia del lugar con una determinada extensión.”⁵

⁴ OBSERVATORIO IBEROAMERICANO DEL DESARROLLO LOCAL Y LA ECONOMÍA SOCIAL Revista académica, editada y mantenida por el Grupo EUMED.NET de la Universidad de Málaga. ISSN: 1988-2483 Año 4 – Nro.8 –Junio de 2010

⁵ Ídem

Estos elementos dejan en claro los fundamentos del desarrollo local, debido a que una gran inversión no determina necesariamente que aquella localidad crecerá, porque para crecer primero debe tener la iniciativa y objetivos claramente definidos.

De la misma manera los modelos de desarrollo local de un lugar determinado no puede ser usados en otra localidad, por la razón que cada localidad tiene aspectos de su realidad que la hace única y diferente de las demás, por lo cual un modelo de desarrollo local sólo puede ponerse en marcha en el lugar para el cual fue elaborado.

Para poder elaborar y echar a andar un proyecto de desarrollo local es necesario que resulte de las necesidades y opiniones de una localidad específica, con un territorio claramente definido, para saber cuáles son las ventajas y desventajas con las que cuenta, así también saber todas las oportunidades que tiene para poder desarrollarse. Además de lo anterior los conocedores del tema determinan otros elementos determinantes del desarrollo local, los cuales son:

- “a) Ubicación geográfica.
- b) Correspondencia o no del espacio con estructura político–administrativa o frontera.
- c) Rasgos definatorios: historia, tradición, actividades económicas tradicionales, cultura técnica, tradición de saber hacer.
- d) Evolución histórica de la economía y del saber hacer.
- e) Impactos exteriores: evolución de la economía regional, territorial, nacional o internacional, según del espacio del que se trate.
- f) Cambios económico sociales que ocurren. Ruptura y continuidad en el cambio.”⁶

⁶ Idem

Dichos elementos son esenciales para poder llevar a cabo un desarrollo local, que sea acorde con las necesidades y los recursos que ellos poseen, y de igual manera que no distante de lo que por historia han desarrollado en la localidad, con el fin de seguir esa misma línea para que a los integrantes de la misma puedan desarrollarse de una manera más natural, y no sientan que se está introduciendo una nueva forma de trabajo de la comunidad y se reúsen al cambio, sino que sienta ese cambio como suyo, propio y acorde a la realidad local.

Para finalizar con la variable de desarrollo local, tenemos los ejes a tomar en cuenta en un proyecto de desarrollo, los cuales se deben tomar en cuenta y según los autores son los siguientes:

- | | |
|------------------|--------------------------------|
| “1. Eje social | 5. Eje cultural |
| 2. Eje político | 6. Eje ambiental |
| 3. Eje económico | 7. Eje turístico” ⁷ |

Los ejes mencionados anteriormente son esenciales en el desarrollo local, debido que son los que nos ayudan primeramente a conocer la realidad total de una manera objetiva en la localidad, saber cómo está su organización, cuales agentes entran en juego dentro del desarrollo, saber que estrategias de desarrollo están más apegadas a la realidad que se vive en la localidad y saber cómo se debe de actuar para que le proyecto de desarrollo cumpla con sus objetivos y sea exitoso.

⁷ Idem

2.1.1. COMUNIDAD RURAL ORGANIZADA.

Para poder describir de buena manera esta variable es necesario describir cada concepto por separado y formular una definición que pueda comprender en su totalidad esta variable.

El primer aspecto a conceptualizar será “Comunidad”, la cual se puede definir como: “un grupo de personas ocupando una determinada área de sociedad, la cual participa de un sistema de intereses y actividades bastante amplio como para poder incluir casi todas sus relaciones sociales.”⁸

Por lo que se puede observar el término comunidad es algo bastante simple y a la vez complejo, y debemos estar seguros que un grupo de seres humanos cumple con las características primordiales de una comunidad, lo que resumidamente sería que pertenezcan a una ubicación geográfica definida y que posean, costumbres, valores, idiomas, tareas que los puedan definir como comunidad.

Para poder delimitar el punto de acción en la cual se desenvuelve la comunidad en la que se realizará el proyecto, es necesario definir el concepto de rural, “Relativo al campo y a las labores de él.”⁹

Se puede observar que ofrece una clara definición de lo que significa rural y su diferencia con la urbanidad, por lo cual teniendo esto tenemos claro el tipo de población con la cual pretende realizar el proyecto y el entorno que rodea a dicha sociedad.

⁸ Reflexiones sobre el concepto de comunidad. De lo comunitario a lo local. De lo local a la mancomunidad, Dieguez Alberto J. y Guardiola Albert Maria de la Paloma, Argentina, 1998, Pag. 3

⁹ ídem

Por tanto para poder finalizar y dar una conceptualización sólo es necesario definir “Organizada”, cuya definición es: “Disponer de algo ordenadamente con miras a un determinado uso.”¹⁰

Ya teniendo las tres definiciones es posible conceptualizar la variable, la cual se definiría así: “Grupo de personas que viven juntas bajo reglas estipuladas, en un ambiente relativo al campo y a sus labores, de manera ordenada en miras a un determinado fin”.

2.1.2. FORMACIÓN DE CAPACIDADES PARA LOS HABITANTES.

Los recursos humanos constituyen un factor decisivo en las iniciativas y para el desarrollo local, de ahí la importancia de conocer la base demográfica, así como los rasgos culturales y valores sociales locales.

En cuanto a la base demográfica local se requiere disponer de información sobre las siguientes variables:

- Edad, género y pirámide de población local
- Niveles de actividad y composición de la fuerza de trabajo
- Disponibilidad de recursos humanos
- Mercado de trabajo local
- Cualificaciones y experiencia laboral
- Empleo por actividades productivas
- Tipo y calidad de las relaciones laborales.

¹⁰idem

En lo relativo a los rasgos culturales y sociales locales se trata de saber si los mismos son capaces de estimular las capacidades creativas, innovadoras y de movilización social, así como la actitud hacia el trabajo y el riesgo empresarial.

Entenderemos como formación de capacidades “A la ampliación de la gama de cosas que las personas pueden elaborar o hacer, y de lo que pueden llegar a ser como persona”.¹¹

Dado el incesante proceso de innovación y cambio que caracteriza al mundo actual, el desarrollo de nuevas capacidades resulta un elemento crucial; generando nuevas y de mayor calidad y diferenciación productiva y más sostenible ambientalmente. El desarrollo local exige, por tanto, la movilización y valorización de los recursos humanos como tarea decisiva.

Para ello se precisa de una concepción amplia del recurso humano, que no puede ser contemplado únicamente como una herramienta u objeto de producción, sino como un actor básico del proceso de desarrollo.

Esto implica una concepción cultural innovadora y participativa, muy diferente del tipo de relaciones laborales jerárquicas, que conllevan un bajo involucramiento de la fuerza de trabajo en los procesos productivos. Se trata, en definitiva, de estimular la toma de iniciativas productivas y de impulsar actitudes de polivalencia, y no sólo de especialización. La capacitación de los recursos humanos es, por consiguiente; un recurso estratégico y, como tal, debe integrar las características específicas de cada territorio, a fin de diseñar apropiadamente los contenidos de la misma. En ello es fundamental la participación de los actores locales.

¹¹ Programa de las Naciones Unidas (PNUD), 1990.

A fin de reducir los plazos de percepción de las nuevas cualificaciones y lograr que éstas se orienten efectivamente hacia los verdaderos problemas de la sociedad civil y empresarial local. La formación técnica debe incluir, además de la capacitación instrumental de los recursos humanos, la potenciación de los valores, actitudes creativas y participativas, como elementos fundamentales para el desarrollo local.¹²

La formación de recursos humanos es, por consiguiente; una inversión productiva determinante en el medio y largo plazo, que incorpora los múltiples aspectos que dicha actividad conlleva, tales como la transmisión de conocimientos generales y técnicos; el estímulo de la movilización y participación creativas; la modificación de mentalidades en el sentido innovador y en la construcción de ciudadanía. Como se aprecia, el cambio tecnológico constituye esencialmente un proceso de innovación social mediante el cual no sólo debe asegurarse el acceso a las nuevas cualificaciones de la fuerza de trabajo, sino que debe introducirse una nueva concepción respecto a los recursos humanos.

Las políticas de formación para el desarrollo local se diferencian de la capacitación tradicional ya que ésta suele ocuparse, generalmente de forma burocrática, de la difusión de conocimientos ofertados a los territorios sin que los actores de los mismos tengan una participación en la definición de los contenidos de los cursos ofertados, sin que aparezca, a veces, una vinculación clara con los problemas y potencialidades de dichos territorios. Por el contrario, la formación para el desarrollo local debe ser una acción vinculada a un proyecto colectivo territorial en el que las actividades de formación deben basarse fundamentalmente en las necesidades y demandas existentes en el territorio.

¹² Alburquerque Lorens, Francisco. "Curso sobre Desarrollo Local", Octubre 2003.

2.1.3. MEJORA EN LA PRODUCTIVIDAD LOCAL.

En la mayoría de países, se descentralizan los servicios públicos y los recursos del gobierno central. Cada vez más, la tendencia es que también se descentralicen las actividades y las decisiones económicas, y que en los municipios se asuman esas funciones. Para cumplir esas nuevas funciones, los gobiernos municipales y los agentes económicos locales se unen para diseñar y ejecutar, de manera coordinada, un Plan de Desarrollo Económico Local (Plan DEL).

No se trata sólo de aumentar la producción de un producto en forma aislada, tampoco para obtener beneficios temporales e individuales en el corto plazo. Entenderemos como mejora en la productividad local en un Plan (DEL); “como la búsqueda del fortalecimiento o incluso cambios en la base productiva, de la comunidad, para asegurar beneficios económicos sostenidos para la mayoría de habitantes en el mediano y largo plazos”.¹³

Los planes de Desarrollo Económico Local ayudan a mejorar la planificación municipal, porque enfatizan el contenido económico que hasta ahora ha estado ausente en los planes estratégicos municipales.

En ese sentido, un Plan de Desarrollo Económico Local tiene dos estrategias fundamentales:

1. Identifica e impulsa nuevos “motores” económicos que ayuden a mejorar la actividad productiva, el empleo y la riqueza en el municipio.
2. Promueve una mejora en la competitividad territorial. Es decir, propone un conjunto de políticas e inversiones público-privadas que permita aprovechar las oportunidades que se presentan en los mercados.

¹³ USAID, “Guía para promover el Desarrollo Económico Local”, Enero de 2008.

“La lógica que plantea un de Plan Desarrollo Económico Local es sencilla: la economía de algunos municipios, al compararse con otros, es más fuerte porque hay mejores condiciones para invertir”.¹⁴

Es decir, hay más trabajadores capacitados, mejores carreteras, más acceso a electricidad, a comunicaciones y a los mercados. Los servicios básicos funcionan de manera apropiada y a más bajo costo. Hay posibilidad de obtener créditos productivos, existen alianzas entre microempresas de un mismo sector para producir de manera coordinada y con la mejor calidad posible, para abastecer a un mercado cada vez más exigente (encadenamientos productivos).

Y siguiendo una secuencia lógica también; los cambios en los servicios, infraestructura, recursos humanos, políticas, incentivos y en el entorno económico en su conjunto, habrán de reflejarse en el aumento y mejora de la productividad, y en la competitividad.

2.1.4. DIVERSIFICACIÓN DE LAS FUENTES DE INGRESOS.

Cuando mencionamos diversificación de fuentes de ingresos, debemos relacionarlo con diversificación productiva, ya sea de productos o servicios, entre mayor número de servicios o productos tengan mayor será las fuentes de ingresos.

La diversificación productiva es definida como: el proceso que utilizan las personas de la comunidad para construir su modo de vida, utilizando diversos recursos y bienes que se encuentran en su entorno, es decir en el lugar donde habitan.

¹⁴ Idem.

La diversificación de las actividades en los hogares es por necesidad o por opción, en el primer caso, la diversificación se da como una respuesta a la crisis del sector agropecuario, al alza de los precios agrícolas, a la disminución del ingreso, por los altos costos de transacción o como una estrategia de combate a la pobreza extrema. En el segundo caso, la diversificación es una opción para acceder a nuevos mercados, a mercados específicos, o como una estrategia económica para complementar el ingreso.

Los factores que determinan que un productor desarrolle una u otra actividad, depende de variables endógenas; como educación, género y capital social; y de variables exógenas; los precios de mercado y las políticas públicas, entre otras. También se toma en cuenta la importancia de los insumos naturales, humanos e institucionales, entre otros. Así mismo, se señala la importancia de tomar en cuenta al capital social y público para la diversificación productiva.

El capital social debe ser entendido como la organización de los miembros de una comunidad para desarrollar acciones colectivas siendo fundamentales tres valores: Confianza, Reciprocidad y Solidaridad, dando cohesión al grupo social; sin estos valores el capital social simplemente no existe.

La diversificación productiva, se ha relacionado con la educación, acceso a poblados urbanos, ingreso, extensión del ejido o comunidad y etnicidad; esta es una estrategia de supervivencia para conseguir mayores ingresos. Con relación a la etnicidad, se ha señalado la importancia de observar su relación cultural con los cultivos correspondientes, debido a que éstos pueden representar una identidad, una ideología y parte fundamental del capital social.

Se reconoce el potencial de la diversificación productiva en el desarrollo local, como una estrategia de combate a la pobreza y para mejorar las condiciones de vida de la población agrícola. La diversificación productiva puede aumentar los ingresos agrícolas, generar empleo, reducir la pobreza y conservar los suelos y los recursos hídricos.

Tomando en cuenta que las políticas agrícolas y rurales juegan un papel importante para la diversificación de la actividad económica. La diversificación de las actividades productivas mejora el ingreso porque hace que una familia tenga múltiples trabajos o fuentes de ingreso.

La decisión de participar en una u otra fuente de empleo, depende de los incentivos y de las capacidades de los miembros del hogar. Un factor de atracción importante es la mayor ganancia en actividades ajenas a la agricultura, como la ganadería, empleos asalariados en fábricas o empresas, o el trabajo por cuenta propia.

Los ingresos rurales no están compuestos sólo por ingresos los agrícolas, como se creía; contribuyen también, las remuneraciones derivadas de actividades no agrícolas como ingresos complementarios de importancia. La posesión de activos juega un papel preponderante en la diversificación de las estrategias de vida de las familias rurales.¹⁵

¹⁵ TECSISTECATL, "Diversificación económica y desigualdades económicas en el distrito de Ixtaln, México", Vol. 3 Numero 11, diciembre 2011

2.2. AGROTURISMO.

“El agroturismo es una modalidad de turismo que consiste en la prestación de servicios de alojamiento y manutención y otros servicios complementarios en las zonas de explotación agrícola y ganadera, por ello los proyectos agroturísticos son implementados para solucionar problemas tanto ambientales como económicos, con el propósito de garantizar su sostenibilidad”.¹⁶

“Las características de tales proyectos permiten que exista la posibilidad de generar otras fuentes de trabajo para las familias mediante la diversificación de actividades agropecuarias, ya que en El Salvador, la pobreza en las localidades rurales afecta a un poco más de dos tercios de su población”.¹⁷

Se cuenta con una infinidad de opciones de actividades que se pueden desarrollar en este tipo de lugares; desde caminatas, servicios de restaurantes y miradores, hasta hostelería, pero es prescindible determinar en primer lugar la factibilidad de poder desarrollar estos proyectos, tanto técnica como financieramente y establecer cuales son aquellos recursos extras con los que debe contar para poder realizar una conversión al agroturismo.

El primero de ellos es la preservación y conservación de la biodiversidad y del hábitat local que es importantísimo ya que es el capital que sostiene al agroturismo. Si este capital es dilapidado, se desvanecerá la misma base de los proyectos agroturísticos.

El segundo de ellos es que las poblaciones locales deben participar y obtener beneficios económicos de los proyectos agroturísticos, no únicamente porque de

¹⁶ Chalabi, Nadia. “Turismo Rural en El Salvador, Recopilación de Información Institucional” IICA. Febrero 2009.

¹⁷ Idem.

hecho son miembros del ecosistema local, sino también porque tales beneficios les darían los incentivos necesarios para participar en la conservación de la biodiversidad.

El agroturismo es una actividad con mucho potencial para generar empleo permanente y mejorar el bienestar social, éste permite sacar provecho de las actividades que se desarrollan en el área rural. Sin embargo, es necesario aclarar que el agroturismo no constituye por sí solo, una solución a los variados problemas que enfrentan los pueblos en busca de desarrollo, solamente una alternativa que surge en la búsqueda de nuevas actividades para las localidades rurales y dedicadas al agro.

La planificación y organización de la actividad agroturística a nivel local, regional o nacional, debe ser abordada con profesionalismo y tecnificación. Para mejorar el nivel general de la calidad de vida de los habitantes rurales, así como las prestaciones propuestas a los visitantes, la capacitación de las personas es fundamental.

“La puesta en práctica de proyectos de agroturismo requiere solucionar problemas de base, tanto ambientales, como culturales, resultantes de una mayor interacción entre las personas y su entorno, con el propósito de garantizar su sostenibilidad y hacer parte de una propuesta integral que permite mercadear una región o un sitio específico”.¹⁸

La oferta de servicios agroturísticos sirve como una alternativa para las localidades, para la generación de ingresos y empleos que permitan la diversificación de oportunidades y el fortalecimiento de áreas con vocación agroproductiva propicia a la conversión de las zonas rurales a una industria

¹⁸ Idem.

agroturística por parte de los propietarios dispuestos a integrarse con otros propietarios para la creación de un parque agroturístico.

2.2.1. SITUACIÓN ACTUAL.

Se define situación actual cómo: “Conjunto de circunstancias presentes en un elemento de manera interna y externa en el tiempo de que se habla.”¹⁹ El Agroturismo en El Salvador aún se encuentra en vías de desarrollo, ya que no se ha logrado explotar este rubro de servicios que se pueden ofrecer a la población tanto nacional, como extranjera. La implantación de actividades turísticas en las fincas cafetaleras podría ser una apuesta al desarrollo del agroturismo salvadoreño.

En El Salvador se empezó a dar importancia al agroturismo, este subsector ha demostrado en los últimos cinco años un extraordinario dinamismo, lográndose identificar en la actualidad más de 350 iniciativas empresariales y la apertura de formaciones académicas relacionadas con la temática.

A pesar de lo mencionado anteriormente, en El Salvador resulta difícil elaborar un análisis diferenciado entre turismo en general y agroturismo, dado el carácter muy reciente de ambas actividades y la ausencia de información desglosada. El Plan Estratégico para el Impulso y Desarrollo del Agroturismo en El Salvador destaca los requisitos desde la perspectiva de los recursos y desde la perspectiva de los servicios. En ausencia de estrategias, políticas, leyes y reglamentos específicos al agroturismo, se recopila la información de las vigentes que se aplican al turismo en general:

¹⁹ Idem.

Cuadro N°1

<p>Documentos disponibles para su consulta en forma electrónica</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Revisión de Estudios Sectoriales ACT-120. Proyecto de Desarrollo Productivo PDP – Zona Norte y Zona costera.
<p>Leyes Referentes</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ley de Áreas Naturales Protegidas (2005). ✓ Ley del Medio Ambiente (1998, 2000) ✓ Ley Especial de Protección al Patrimonio Cultural. 1993, 2007.²⁰
<p>Estrategias del Ministerio de Turismo</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ MITUR (2008) Plan Nacional de Turismo 2020 de El Salvador. Presentación.
<p>Instituciones que brindan apoyo financiero y técnico a proyectos emprendedores de agroturismo en general.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ BMI ✓ CONAMYPE ✓ MAG ✓ MARN ✓ MITUR ✓ POLITUR

Fuente: Elaboración propia.

²⁰ Fuente de las leyes: <http://www.csj.gob.sv/eyes.nsf/>

Se vuelve necesario que las comunidades cuenten con los elementos necesarios para poder ejecutar este tipo de proyectos y que la demanda de turistas aumente así como la satisfacción de parte de los clientes al recibir los servicios. Contar con vías de acceso en buen estado, servicios básicos tales como acceso a la salud, educación, electricidad, agua potable, servicios sanitarios, son parte fundamental para el éxito que se pretenda alcanzar, así mismo, contar con todo lo anterior fortalece el desarrollo de las comunidades.

2.1.2. APROVECHAMIENTO DE LOS RECURSOS NATURALES, SOCIALES Y CULTURALES.

Antes de iniciar con cualquier explicación sobre el aprovechamiento de los recursos es necesario conceptualizar la variable, el cual sería: “Emplear útilmente los elementos naturales, sociales y culturales de los que se dispone en la comunidad”.²¹ “El agroturismo genera un impacto ambiental, cultural y socio-económico que es propio de este sector: producción de bienes, auge de servicios, del comercio mayorista y detallista, de las finanzas, creación de empleos, ingresos, divisas, ahorro e inversión, y mejoría de los servicios públicos”.²²

El éxito de varios complejos que vinculan la actividad agroturística con la puesta en valor y protección del entorno ambiental debe ser tomado como referencia y ejemplo para superar esa situación. La empresa agroturística no puede tener solamente como estímulo para su establecimiento la alta rentabilidad que pueda producir, sino que debe recordar la raíz conceptual y literal del turismo como actividad que "estrecha los lazos culturales y de amor entre los pueblos, y que fomenta "la educación, sólida y fecunda, sobre la defensa de la flora y la fauna".²³

²¹ Barcena I.A. y Sánchez S.R. “La sostenibilidad del desarrollo en América Latina y el Caribe: Desafíos y oportunidades” CEPAL y PNUMA, 2001.

²² LINARES, M. (2008). “Buscan fortalecer turismo rural”, In: La Prensa Gráfica. 16 de noviembre de 2008.

²³ Idem

El agroturismo contrarresta en gran medida esa tendencia, beneficiando tanto a las empresas turísticas tradicionales nativas como a los nuevos beneficiarios, ya que ejerce sus efectos multiplicadores en las distintas zonas que se desarrolla, a la vez que prolonga la estadía del turista extranjero. Esto adquiriría mayor fuerza con el establecimiento de una red de pequeños hoteles, albergues, fondas, paradores, centros de artesanía, museos y grupos artísticos, elementos todos imbuidos de sus particularidades locales.

El dinero que se extrae de todas esas actividades se puede consagrar, en parte, al mantenimiento, a la limpieza y al florecimiento de la naturaleza, de las ciudades y de las casas, y construcciones comunitarias de nuestros habitantes del campo, sin lo cual el turista no se siente atraído a realizar su visita y, mucho menos, a repetir su estadía o a promover al país ante los suyos.

“Para alcanzar el desarrollo local sostenible de las comunidades a través del agroturismo, se requiere del establecimiento de políticas de gestión de recursos financieros, que posibiliten el fortalecimiento de la situación económica; la búsqueda e implementación de mecanismos de participación ciudadana, basados en la equidad de género que propicien el equilibrio social; sin dejar de lado la concatenación de un programa de educación y concientización ambiental, que conduzca a la búsqueda de las condiciones apropiadas para alcanzar la sostenibilidad ecológica de la región”.²⁴

²⁴ Idem

“Para que el agroturismo se desarrolle y genere los resultados esperados, se necesita de la iniciativa, la capacidad de inversión de la comunidad, la accesibilidad que ésta tenga a fuentes de financiamiento; la organización de los actores locales, la participación ciudadana en la educación y concientización ambiental, en el mejoramiento de aspectos tales como: salud, vivienda, infraestructura y protección de los recursos naturales; de manera que se asegure la subsistencia de las presentes y futuras generaciones”.²⁵

El agroturismo ofrece a las familias de las comunidades rurales una mayor valoración de la cultura agraria, ya que contribuye a diversificar y aumentar los ingresos del mundo rural. Así, los agricultores encuentran en esta nueva actividad nuevas perspectivas de desarrollo y mejoramiento de sus condiciones de vida.

Por otra parte, para la comunidad en general el agroturismo representa una interesante alternativa recreacional y turística, que valora ante todo el medio natural y la vida rural, como es su cultura, gastronomía, artesanía. La acción de promoción que realicen los municipios para implementar esta actividad en el mundo rural es una excelente alternativa de desarrollo social, económico y cultural para la población rural y agrícola.

En este tipo de turismo existe la alternativa de que la población rural se implique aportando su actividad tradicional como un atractivo singular de la actividad turística en la zona. Los destinos rurales tienen mucho que decir y encuentran en el Agroturismo un gran filón que aporta diferenciadores que pueden constituir el atractivo principal o complementar una actividad turística estructurada.

²⁵ CORSATUR/ MAG/ MARN. Plan Estratégico para el Impulso y Desarrollo del Agroturismo en El Salvador.

“El agroturismo en sus diferentes manifestaciones muestra potencialidades como medio para contribuir al desarrollo y el bienestar de las comunidades rurales. El agroturismo, permite en la práctica visualizar, entender y valorizar la importancia de la consideración de algunos de los elementos conceptuales y metodológicos que se incluyen dentro de los enfoques actuales del desarrollo local”.²⁶ El agroturismo es una actividad que contribuye a la revalorización del concepto de territorio y de su importancia como eje alrededor del cual se pueden generar aproximaciones de análisis, elaboración de propuestas de intervención y la puesta en marcha de acciones colectivas.

El enfoque en el territorio funciona como un eje de las iniciativas de desarrollo local, crea un ámbito en el que las actividades del agroturismo se articulan de manera armónica e integral dentro de un espacio específico, con ello se privilegia una concepción que involucra varios aspectos como lo ambiental, lo económico, lo social y lo político institucional; interactúan en un espacio geográfico, histórico y cultural.

Dentro de ese marco de referencia, el agroturismo es una actividad que muestra con claridad los diferentes aspectos del desarrollo con enfoque territorial, ya que tiene un papel en el ámbito económico, al generar empleo, ingresos y desarrollar mercados de servicios relacionados. “En la ámbito social, en lo que tiene que ver con el desarrollo artístico y la recreación y la valorización y preservación de herencias culturales; en el ámbito ambiental, pues algunas actividades turísticas se fundamentan en la administración y gestión de recursos naturales, en el manejo equilibrado de ecosistemas y en la preservación de la diversidad biológica”.²⁷

²⁶ Pérez Ramírez, B. Desarrollo Local: Manual de uso. Editorial FAMP, Madrid. 2000.

²⁷ Idem.

“Y finalmente en el ámbito político-institucional, si en su planificación, ejecución y control, se dan procesos democráticos de toma de decisiones y se fortalece la capacidad de autoadministración de las comunidades locales”.²⁸

“Dentro de otra visión, se puede afirmar que el agroturismo puede ser considerado como una manifestación de las iniciativas empresariales que promueven la valorización de elementos como la tradición y la historia que han permitido construir culturas que incorporan cosmovisiones particulares, lenguajes, formas de relación, valores estructurados alrededor de una moral, principios éticos, sentidos de pertenencia e identidad, que determinan la forma de organización e inclusive la economía propia de un territorio rural y de las expresiones de la organización social y de la base cultural de los pueblos rurales”.²⁹

2.1.3. AMPLIACIÓN DE OPCIONES ECONÓMICAS.

“El agroturismo tiene un impacto económico como sector particular y como parte de la actividad turística en general. Por su naturaleza, estimula, a la vez que da cabida al nacimiento de micro, pequeños y medianos negocios, tanto rurales como urbanos.”³⁰

La ampliación de las opciones económicas se refiere al “conjunto de alternativas para dinamizar la economía de una comunidad que se toman con el fin de fortalecer su desarrollo a través de los recursos con los que ya se cuentan.”³¹

²⁸ Idem

²⁹ Idem.

³⁰ Riveros, H. El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural. Lima, Perú. 2003. Pag.12.

³¹ Pérez Ramírez, B. Desarrollo Local: Manual de uso. Editorial FAMP, Madrid. 2000.

El turismo de masas implica inversiones que involucran cuantiosos recursos: tierras, construcciones de hoteles, muelles, restaurantes, miradores entre otras. Además, estas inversiones no son reversibles ni pueden ser transferidas hacia otros sectores. El turismo de visitantes extranjeros, tal como se ha desarrollado hasta ahora, tiende a ser estacional. El Agroturismo se puede practicar con una inversión pequeña, en micro unidades, y, por tanto, es más asequible y de menores riesgos, al tiempo que puede contribuir al desarrollo social, en un ambiente de mayor redistribución y más equidad.

Las demandas laborales derivadas de actividades relacionadas con el agroturismo caben dentro de esta concepción, con la que se reconocen las alternativas para alcanzar una estabilidad económica y social dentro de estructuras flexibles, que se van adaptando a los continuos reordenamientos de las economías locales.

Así, el agroturismo incrementa la producción de bienes y servicios, genera empleos e ingresos. De igual manera, la participación de inversionistas y empresarios turísticos están fijando su atención en este especial nicho de mercados debido a que promete un buen futuro mercado dentro del turismo. Por otra parte los oferentes de experiencias agroturísticas tendrán que cumplir con ciertos principios fundamentales sujetándose a inspecciones y evaluaciones por parte de los clientes del gobierno y evaluadores externos independientes.³²

Por esta razón, los ámbitos municipales más cercanos a la gente, se han convertido en las instancias de desarrollo de la actividad turística para aprovechar los recursos naturales y culturales de cada uno de los municipios, con la finalidad de generar empleos y de bienestar económico para sus habitantes.

³² Constabel, S. "Agroturismo en Chile y Caracterización y perspectiva", Santiago de Chile, 2010.

“El Agroturismo será reconocido como pieza clave en el desarrollo económico y su crecimiento se habrá dado con respecto a los entornos naturales, culturales y sociales, contribuyendo al fortalecimiento de la identidad nacional y con el objeto de reafirmar esta modalidad de turismo como una alternativa económica de los establecimientos productores, promoviendo una mejora en la calidad de vida”.³³

“Una de las opciones económicas que ofrece el agroturismo es que la compra de productos alimenticios se hace en la misma granja, o en otras vecinas, de modo que la demanda económica favorece directamente a la comunidad. También significa una oportunidad de entrar en contacto con la naturaleza aun cuando se trate de espacios sometidos a procesos productivos intensos y conocer los rasgos de una actividad dependiente de ella.”³⁴

El principal beneficio del agroturismo es la posibilidad de brindar a familias campesinas, viviendo en las diferentes localidades rurales y en su zona de vecindad, alternativas económicas que contribuyan a su vez a proteger los recursos naturales. Por otro lado, a la vez que desarrollan una actividad que les generará ingresos económicos, se espera reciban otros beneficios como: la disminución considerable del volumen de basura generada. “Así, el agroturismo es todavía un modelo por explotar que puede contribuir a que permanezca una economía basada en las actividades rurales y agropecuarias de pequeños y medianos empresarios. Este reto va más allá de los alcances de los empresarios y enfrentarlo requiere acciones concertadas entre los gobiernos locales y los operadores privados, dentro de una visión de territorio y así ampliar las opciones económicas para los habitantes de estas comunidades”.³⁵

³³ “Agroturismo: fuente de progreso”

<http://www.uca.edu.sv/virtual/comunica/archivo/jun162005/notas/nota4.htm>

³⁴ Riveros, H. El agroturismo, Una Alternativa para revalorizar la Agroindustria Rural. Lima, Perú. 2003. Pag.14.

³⁵ Idem.

2.1.4. ESTRATEGIA PARA DESARROLLO.

Para poder dar una orientación acertada de lo que esto significa, es necesario poder conceptualizar cada palabra por separado y así generar un concepto.

Para iniciar las estrategias son definidas así: “Es el plan de acción de la administración para operar el negocio”.³⁶

Tomando en cuenta lo anterior se puede decir que las estrategias son un plan a seguir para poder lograr los objetivos, que previamente se han formulado, que sirven como parámetro para poder medir los avances, desde que inicio un determinado proceso, en este caso para medir el avance en el desarrollo. Las estrategias son usadas en casi todos los ámbitos, por lo cual las estrategias son una piedra angular en la obtención de los logros deseados, sean estos para una empresa, una comunidad, una ciudad, departamento o un país entero.

“Estas estrategias pueden estar orientadas en tres aspectos económico, de servicios sociales y orientadas al espacio rural”³⁷, pero estas estrategias deben de estar acordes a todos los recursos ya sean económicos, sociales, naturales, culturales, políticos, entre otros, que influya directa o indirectamente en el lugar o entidad en la que se aplicarán, por lo que se hace necesario el conocer bien todo los factores que entrarán en juego al momento de ejecutar una estrategia o conjunto de las mismas, para que sean efectivas y armonicen con el entorno en el cual se ejecutarán, y de esta manera evitar que la estrategia se convierta en un obstáculo para obtener los objetivos.

³⁶ Administración Estratégica, Arthur A. Thompson, A.J. Strickland III y John E. Gamble, Decimoquinta Edición, Mc Graw Hill, México 2007, pág. 3.

³⁷ Plan de desarrollo región I; de la Republica de Ecuador, capitulo 4, año de 1980.

Ahora bien, ya que se conoce lo que es y en que consiste una estrategia, el desarrollo puede estar orientado en distintos ámbitos, de la misma manera que las estrategias; por lo que se puede entender el desarrollo como “un objetivo de incrementar o aumentar de forma ya sea notoria o mínima, pero incrementar al fin y al cabo; ya sea algo concreto o abstracto, en un individuo en particular o en una comunidad definida, con el fin de lograr el avance de los mismos.”³⁸

El objetivo de desarrollo debe estar debidamente pensado, tomando como referencia la orientación que tendrán las estrategias para que conjuntas puedan llegar al objetivo en el ámbito deseado, es decir, que ambas funcionen como una sola, para que tiren hacia una misma dirección, con el fin que concretizar los objetivos sea tarea más fácil.

Por consiguiente el concepto de estrategias de desarrollo estarían definidas de la siguiente manera: “Son acciones planeadas sistemáticamente que ayuden a lograr el incremento, crecimiento, ampliación o extensión de forma económica, social, cultural en las comunidades”.

Tomando como referencia lo mencionado anteriormente ya se tiene un concepto preciso de lo que son estas estrategias, y cuál es el fin que espera lograr con ellas en la comunidad, cuyas áreas son las más desatendidas en cuestiones de desarrollo autosostenible, por lo cual estos poblados quedan prácticamente en la marginación pero este tipo de estrategias, lo que se busca desarrollar en ellos es una mentalidad diferente con la cual puedan ampliar sus posibilidades de una mejor vida.

³⁸ Pérez Ramírez, Bartolome, Desarrollo Local: Manual de uso, Editorial ESIC, Madrid España, 2000.

3. CAPÍTULO TRES: METODOLOGÍA.

3.1 TIPO DE ESTUDIO.

Para la realización de la investigación se aplicará un estudio descriptivo, cuali-cuantitativo y a la vez bibliográfico.

3.1.1. INVESTIGACIÓN CUALI-CUANTITATIVA.

“El método cuali-cuantitativo es una estrategia de investigación o metodología, con la cual el investigador recolecta, analiza y mezcla (integra o conecta) datos cuantitativos o cualitativos, en un único estudio o un programa multifases de indagación de una realidad empírica. Este método significa mayor amplitud, profundidad, diversidad, riqueza interpretativa y sentido de comprensión.”³⁹

3.1.2 INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA.

La investigación se ejecutará con el método descriptivo, ya que “consiste en conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes en las comunidades, es decir su realidad, a través de la descripción de sus actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.”⁴⁰

3.2. UNIVERSO.

“Es el conjunto de todos los elementos o individuos que tienen ciertas características similares, a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir como el conjunto de todas las unidades de muestreo”.⁴¹

³⁹ Hernández Sampieri y Mendoza, Metodología de la Investigación, Cuarta Edición, Mcgraw Hill, México, 2008.

⁴⁰ Deobold B. Van Dalen y William J. Meyer, Manual de Técnica de la Investigación Educacional, Cuarta Edición, Editorial Paidós, Buenos Aires Argentina, 1983.

⁴¹ Bernal T, Cesar Augusto. “Metodología de la investigación para Administración y Economía”, 2002, Pág. 158.

Las unidades de estudio serán las siguientes: comunidad Cantón “La Montañita” en el municipio de Osicala, departamento de Morazán; turistas de montaña como potenciales clientes y la Cooperativa Cafetalera “San Carlos Dos”.

3.3 MUESTRA.

“Es una parte representativa de la población que se selecciona para ser estudiada ya que la población es demasiado grande para analizarla en su totalidad”.⁴²

“Es importante establecer lo más sistemáticamente posible los criterios utilizados para asegurar así que la muestra ha sido adecuadamente escogida. Para ello existen tres grandes dimensiones a lo largo del proceso de extracción de muestras a tener en cuenta: el tiempo, las personas y el contexto.”⁴³

El tiempo es una dimensión importante en la vida social; las actividades y las actitudes en el campo suelen variar a lo largo del tiempo de forma significativa. Las personas; ningún medio es socialmente homogéneo y la representación adecuada de la gente involucrada en un caso particular requiere tomar muestras, a menos que el total de la población investigada pueda ser estudiada en su totalidad.

Lugar y contexto; dentro de cualquier ambiente se pueden distinguir contextos muy diferentes y el comportamiento de las personas actúa en función del contexto en el que están.

⁴² Webster, Allen L. “Estadística aplicada a los negocios y la economía”, edición 3ra. Editorial McGraw Hill, 2,000.

⁴³ Salamanca Castro, Ana Belén, Crespo Blanco, Martin. “El muestreo en la investigación cualitativa” Nure Investigación, nº 27, Marzo-Abril 2007.

“Debido al tipo de investigación cualicuantitativa descriptiva, se recomienda tomar como muestra, pequeñas cantidades seleccionadas no aleatoriamente de la población a estudiar para obtener información más confiable, extraída directamente de la realidad que prevalece, es decir, personas conocedoras, lucidas e informadas”.⁴⁴

Para determinar la muestra de la comunidad del cantón La Montañita en el municipio de Osicala, departamento de Morazán; se usará el muestreo no probabilístico por conveniencia; siendo estos los miembros de la Asociación de desarrollo comunal (ADESCO) del cantón Las Montañitas y los miembros de la Junta Directiva de la Cooperativa Cafetalera San Carlos Dos de R.L.

La determinación de la muestra de los turistas de montaña nacionales y extranjeros, se calculará en base a la fórmula para la población infinita, dado que es dificultoso determinar con exactitud el número de personas que visitan centros turísticos de montaña en lugares como:

- Municipio de Alegría, Usulután.
- Municipio de Berlín, Usulután.
- Municipio de Perquín, Morazán.

Dichos lugares presentan características como:

- Disponibilidad de recursos naturales.
- Ambiente agradable.
- Lugares propicios para caminata, hospedaje y alimentación.
- Valor cultural e histórico.
- Miradores.
- Acceso vial adecuado (vehículos de doble tracción).
- Lugareños amigables.

⁴⁴ Hammersley M, y Atkinson P. “El diseño de la investigación; problemas casos y muestras”. Barcelona, 2001.

Lo anterior significa, que la probabilidad de que los datos de muestra resulten idénticos en la población será igual al 95 por ciento.

Siendo la formula a emplear la siguiente:

$$n = \frac{z^2 pq}{E^2}$$

En donde:

Z= 95% de nivel de confianza= 1.96

P= 50% de probabilidad a favor

Q= 50% de probabilidad en contra

E= 14% de error de estimación; en este apartado cabe desatacar lo siguiente: “El nivel de precisión (E) no es el complemento del nivel de confianza (Z)”⁴⁵

N= Número de elementos del tamaño de la muestra.

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{0.14^2}$$

$$n = \frac{(3.8416)(0.25)}{(0.0196)}$$

$$n = \frac{(0.9604)}{(0.0196)}$$

n = 49 Turistas de Montaña.

Cuadro N°2

⁴⁵ Rojas Soriano, Raúl, Guía para realizar investigaciones sociales, Plaza y Valdez Editores, Trigésima octava edición, México 2013, Pág. 301

Lugar visitado.	Numero de encuestas a pasar.	Porcentaje*
Alegría, Usulután.	17	34%
Berlín, Usulután.	16	33%
Perquin, Morazán.	16	33%
Total.	49	100%

Fuente: Elaboración Propia. *Porcentaje promedio.

3.4 CRITERIOS DE INCLUSIÓN Y EXCLUSIÓN.

Cuadro N°3

CRITERIOS DE INCLUSIÓN	CRITERIOS DE EXCLUSIÓN
Todas aquellas personas de la comunidad en estudio, empresarios interesados en inversiones de agroturismo, y potenciales turistas.	Todas las personas que no se vean afectadas por el desarrollo local o agroturismo y/o no habitan en la comunidad en estudio.

Fuente: elaboración propia.

3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

Cuadro N°4

Variable	Desarrollo Local.
Definición Conceptual	Proceso de organización del futuro de un territorio, y resulta del esfuerzo de concertación y planificación emprendido por el conjunto de actores locales, con el fin de valorizar los recursos humanos y materiales de un territorio dado, manteniendo una negociación o diálogo con los centros de decisión económicos, sociales y políticos en donde se integran y de los que dependen.
Definición Operacional	Organización a futuro de una comunidad, con el fin de unir esfuerzos para lograr la valorización de todos los recursos de un territorio dado. Se medirá mediante la observación.
Indicador	Sociedad Rural Organizada, Formación de Capacidades para los Habitantes, Mejora en la Productividad Local, Diversificación de las Fuentes de Ingreso.
Escala de Medición	Cualitativa.
Fuente	La comunidad.

Variable	Comunidad Rural Organizada.
-----------------	------------------------------------

Definición Conceptual	Grupo de personas que viven juntas bajo reglas estipuladas, en un ambiente relativo al campo y a sus labores, de manera ordenada en miras a un determinado fin.
Definición Operacional	Persona que viven en un territorio geográfico relativo al campo, que comparten costumbres y reglas definidas. Se medirá mediante la observación.
Indicador	Servicios Básicos, Representantes Comunales, Sede para Reunión de Junta Directiva.
Escala de Medición	Cualitativa.
Fuente	La comunidad.

Variable	Formación de capacidades de los habitantes.
Definición Conceptual	A la ampliación de la gama de cosas que las personas pueden elaborar o hacer, y de lo que pueden llegar a ser como persona.
Definición Operacional	Forma de que las personas pueden desarrollar sus habilidades. Se medirá mediante la observación.
Indicador	Aprendizaje Empírico, Aprendizaje Académico, Actitudes Creativas.
Escala de Medición	Cualitativa.
Fuente	La comunidad.
Variable	Mejora en la productividad local.
Definición Conceptual	Es la búsqueda del fortalecimiento o incluso

	cambios en la base productiva, de la comunidad, para asegurar beneficios económicos sostenidos para la mayoría de habitantes en el mediano y largo plazos.
Definición Operacional	<p>Buscar una mejora en beneficios económicos a mediano y largo plazo, a través de la productividad.</p> <p>Se medirá mediante encuesta.</p>
Indicador	Eficiencia en la utilización de Recursos, Productos de Calidad.
Escala de Medición	Cuantitativa.
Fuente	La comunidad.

Variable	Diversificación de las fuentes de ingreso.
Definición Conceptual	El proceso que utilizan las personas de la comunidad para construir su modo de vida, utilizando diversos recursos y bienes.
Definición Operacional	<p>Forma en que las persona buscan incrementar sus ingresos, para mejorar su forma de vida.</p> <p>Se medirá mediante encuesta.</p>
Indicador	Nuevas Fuentes de Empleo Informal, Incursión en Nuevos Mercados.
Escala de Medición	Cuantitativa.
Fuente	La comunidad.
Variable	Agroturismo.
Definición Conceptual	El agroturismo es una modalidad de turismo

	que consiste en la prestación de servicios de alojamiento y manutención y otros servicios complementarios en las zonas de explotación agrícola y ganadera, por ello los proyectos agroturísticos son implementados para solucionar problemas tanto ambientales como económicos, con el propósito de garantizar su sostenibilidad.
Definición Operacional	Utilización de los espacios verdes, con fines de explotación turística y de desarrollo local. Se medirá por observación.
Indicador	Situación Actual, Aprovechamiento de los Recursos Naturales; Sociales; Culturales, Ampliación de Opciones Económicas, Estrategia para Desarrollo.
Escala de Medición	Cuantitativa.
Fuente	Afluencia de turistas.

Variable	Situación Actual.
Definición Conceptual	Conjunto de circunstancias presentes en un elemento en el tiempo de que se habla.
Definición Operacional	Circunstancias que se encuentran. Se medirá por observación.
Indicador	Presencia de Visitantes, Recursos de la Cooperativa, Recursos de la Comunidad.
Escala de Medición	Cualitativo.
Fuente	La comunidad.
Variable	Aprovechamiento de los recursos naturales, sociales, culturales.

Definición Conceptual	Emplear útilmente los elementos naturales, económicos, sociales y culturales de los que se dispone en la comunidad.
Definición Operacional	Utilizar los elementos de los cuales se dispone en la comunidad, para poder a provecharlos. Se medirá por observación.
Indicador	Flora, Fauna, Costumbres, Tradiciones, Historia.
Escala de Medición	Cualitativo.
Fuente	La comunidad.

Variable	Ampliación de opciones económicas.
Definición Conceptual	Conjunto de alternativas para dinamizar la economía de una comunidad que se toman, con el fin de fortalecer su desarrollo a través de los recursos con los que ya se cuentan.
Definición Operacional	Manera de diversificar las opciones de desarrollo económico de la comunidad a partir de los recursos con que cuentan. Se medirá por observación.
Indicador	Generar Empleos, Inversiones, Asocio Público-Privada.
Escala de Medición	Cualitativo.
Fuente	La comunidad.
Variable	Estrategias para desarrollo.
Definición Conceptual	Son acciones planeadas sistemáticamente que

	ayuden a lograr el incremento, crecimiento, ampliación o extensión de forma económica, social, cultural en las comunidades.
Definición Operacional	Acciones que sirven para poder dar un crecimiento al lugar tanto económico, social y cultural en donde se implementa. Se medirá por observación.
Indicador	Mejora al Acceso a la Educación, Mejora a las Vías de Acceso, Mejoramiento de los Servicios Básicos.
Escala de Medición	Cualitativa.
Fuente	La comunidad.

Fuente: Elaboración Propia.

3.6 TECNICAS E INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN.

Los instrumentos de medición son considerados como el conjunto de reglas y operaciones que orientan al investigador a obtener la información que necesita, por lo que para el desarrollo de la investigación se hará uso de la entrevista estructurada y la observación directa.

3.6.1 OBSERVACIÓN DIRECTA.

“Es una técnica que permite obtener información directa y confiable de la realidad, además de los comportamientos o conductas manifiestas, mediante un procedimiento sistematizado y controlado en el cual el observador interactúa con los sujetos observados”.⁴⁶

3.6.2 ENCUESTA.

Es una técnica de investigación que permite al investigador conocer información de un hecho a través de las opiniones que reflejan ciertas maneras y formas de asimilar y comprender los hechos.

Se define como “Procedimiento que consiste en hacer las mismas preguntas, a una parte de la población, que previamente fue definida y determinada a través de procedimientos estadísticos de muestreo. La obtención de la información es a través de la interrogación escrita”.⁴⁷

Esta técnica puede aplicarse a grupos o individuos, estando presente el investigador o el responsable de recoger la información; también puede enviarse por correo a los destinatarios seleccionados.

El instrumento de la encuesta es el cuestionario y se define “Como conjunto de preguntas, preparadas cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación.”⁴⁸

En el cuestionario se pueden formular tres tipos de preguntas:

⁴⁶ Idem.

⁴⁷ Idem.

⁴⁸ Idem.

- Las preguntas cerradas, plantean dos opciones a la persona interrogada: SI-NO.
- Las preguntas categorizadas, ofrecen una riqueza técnica más amplia. Las respuestas tienden a ser más objetivas, en tanto al encuestado se le presentan opciones.
- Las preguntas abiertas, son fáciles de formular, pero difíciles de tabular, cuando no se define un plan específico para ello.

3.7 VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS.

Para verificar la validez de los instrumentos, se realizó una prueba piloto dirigida a los diferentes objetos de estudio, tomando un 5% del valor de cada muestra involucrada.

“Prueba piloto: se lleva a cabo en una muestra relativamente pequeña, tomándola del universo que se va a investigar. En esta fase no se pretende obtener significación estadística, sino más bien conocer cómo funcionan las preguntas en forma individual y en conjunto.”⁴⁹

3.8 PROCESAMIENTO DE LOS DATOS.

Esta parte del proceso de la investigación consistirá en procesar los datos obtenidos de las poblaciones sujetos de estudio a través de los instrumentos de recolección de datos durante el trabajo de campo.

Para ello es importante tener claro los objetivos de la investigación y las variables que se analizarán para lograr su finalidad principal, que es generar resultados para su posterior descripción, análisis y discusión.

⁴⁹ Dernalte, Cesar Augusto. Metodología de la Investigación para Administración y Economía. Editorial Prentice Hall. Pag. 222.

El procesamiento de los datos se efectuará mediante diversos métodos, los cuales están condicionados por el tamaño de la muestra, el número de preguntas de cada instrumento, los análisis que se realizarán, así como los recursos materiales y financieros con los que se contaron. Se hizo uso de herramientas estadísticas de tabulación informático, Microsoft Office Excel 2013.

3.9 PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN.

La información obtenida a través de los instrumentos de medición será presentada a través de cuadros que contienen los resultados obtenidos de las encuestas, agrupándolos en frecuencias relativas y absolutas.

Dichos datos, se interpretará considerando el propósito de cada pregunta y la opinión de los sujetos encuestados con la finalidad de generar una idea general sobre lo que se pretende investigar.

CAPITULO 4: INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS.

4.1 TABULACIÓN DE LOS DATOS DE LOS MIEMBROS DE LA JUNTA DIRECTIVA DE LA COOPERATIVA “SAN CARLOS DOS” DE R.L.

1- ¿Cuántos socios conforman la cooperativa?

Cuadro N°5

Número de socios	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
88	7	88%
89	1	12%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Actualmente la cooperativa San Carlos dos cuenta con 88 socios quienes contribuyen con sus diferentes aportaciones para el funcionamiento adecuado de la organización y el desarrollo de la comunidad.

2- ¿Quiénes son los responsables de escoger a la junta directiva?

Cuadro N°6

Responsables de escoger la junta directiva	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Asamblea General de Socios	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Los responsables de elegir a los miembros de la junta y consejo administrativo de la Cooperativa es la asamblea general de socios, una reunión que se programa cada cierta cantidad de tiempo y se elige de manera democrática a los miembros que la conformaran.

3- ¿Cada cuánto tiempo se escoge junta directiva?

Cuadro N°7

Periodo de elección de junta directiva	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
3 años	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Cada tres años se realiza la asamblea general en la que todos los socios se reúnen para elegir a las ocho personas que conformaran junta y consejo administrativo:

4- ¿Quiénes son los encargados de la toma de decisiones en la cooperativa?

Cuadro N°8

Quien toma las decisiones	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Asamblea General de Socios	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: El consejo administrativo de encarga de proponer proyectos, estatutos y otras actividades dentro de la Cooperativa, sin embargo quienes otorgan el visto bueno para llevar a cabo esto es la asamblea general de socios.

5- ¿La cooperativa cuenta con estatutos para elaborar su planeación?

Cuadro N°9

Cuenta con estatutos para elaborar su planeación	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: La cooperativa cuenta con estatutos que regulan su accionar y el de sus socios, bajo ellos se realiza la planeación de las diferentes actividades que realizarán durante cada año.

6- ¿Consideran que la forma en que está organizada la cooperativa contribuye a alcanzar las metas y objetivos propuestos?

Cuadro N°10

Tiene una adecuada organización	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Los miembros de la cooperativa consideran que la forma en la que la cooperativa se encuentra organizada contribuye para poder lograr los objetivos que se pretenden alcanzar de sus actividades, razón por la cual muy pocas veces hay cambios en las estructuras organizativas.

7- ¿Distribuyen algún servicio básico a la comunidad?

Cuadro N°11

Distribuyen servicios básicos	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios: Dentro de la responsabilidad social de la cooperativa y la forma en la que ayudan a la comunidad se encuentra la distribución de servicios básicos para los habitantes, a costo preferente y brindando servicios de la mejor calidad posible

8- Si su respuesta fue positiva ¿Qué servicio básico es?

Cuadro N12

Cuál servicio básico	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Agua Potable	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios: El servicio básico que la Cooperativa distribuye a los habitantes de la comunidad es el agua potable, se cobra una tarifa mensual preferencial, la distribución es manejada por ellos y el agua proviene de distintos nacimientos de agua que hay en la zona.

9- ¿A cuántos hogares dentro de la comunidad distribuyen estos servicios?

Cuadro N°13

Cuántos hogares	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
270	7	88%
200	1	12%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios: Según lo expresado por la junta no se da cobertura del servicio de agua potable a todos los hogares de la zona, sin embargo si en la mayoría de ellos, posteriormente se pretende lograr una cobertura del 100% de la zona.

10- ¿Qué aspectos considera importantes mejorar en la distribución de este servicio?

Cuadro n°14

Aspectos	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Racionalización	4	50%
Efecto que causa en la flora (Desforestación)	4	50%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios: Dentro de los aspectos más importantes a mejorar en la distribución del servicio de agua potable están: la racionalización, para evitar despilfarros y aprovechamientos, así como también evitar en la medida de la posible el daño a los recursos naturales que hay en la zona.

11-¿Delegan responsabilidades al momento de desarrollar lo planeado?

Cuadro N°15

Delegan responsabilidades	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios: Cada una de las actividades desarrolladas en la cooperativa tiene un delegado quien se encarga de velar que se logren los resultados esperados en cada una de las áreas y debe informar lo que acontezca para un mejor control.

12-¿Miden los resultados obtenidos de la planeación?

Cuadro N° 16

Miden los resultados	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios: Cada año se miden los resultados obtenidos por la cooperativa según lo que se planeó, lo que les ayuda a tener retroalimentación e identificar fallas dentro de los procesos y a realizar los cambios que les permitan mejorar

13-¿Dentro de la planeación se toma en cuenta proyectos en beneficio de la comunidad?

Cuadro N° 17

Miden los resultados	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios: Según los estatutos es responsabilidad de la cooperativa poder planear actividades y proyectos en beneficio de la comunidad ya que es uno de sus fines principales.

14-¿Existe una buena relación de la cooperativa con la comunidad?

Cuadro N° 18

Tipo de relación entre cooperativa y comunidad	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Buena	4	50%
Relativamente buena	4	50%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Las relaciones entre la cooperativa y la comunidad del cantón las montañas es relativamente buena y buena debido a la cooperación que tienen con ellos, es notable como diversos proyectos para su beneficio se han realizado por medio de la cooperativa, tales como: La escuela de la comunidad, el alumbrado, adoquinado y cordón cuneta que existe en la zona, además de la contribución con las actividades de la comunidad.

15-¿Cómo cooperativa consideran importante el bienestar de la comunidad?

Cuadro N° 19

Interés por la comunidad	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Para la cooperativa es importante el bienestar de los habitantes de la comunidad, muchos de ellos son parte de su fuerza de trabajo, familiares y amigos cercanos, razón por la cual se desarrollan proyectos como campañas de salud y también suministran el agua potable en la zona.

16-¿Apoyan el desarrollo de la comunidad y de sus habitantes?

Cuadro N20

Apoyan el desarrollo de la comunidad	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: La cooperativa apoya directamente a la comunidad con proyectos y actividades que contribuyan con el bienestar y que puedan mejorar la calidad de vida de sus habitantes, esto se puede observar al visitar la zona e incluso los mismos habitantes lo mencionan.

17-Si su respuesta fue si, ¿Cómo lo hacen?

Cuadro N° 21

Como apoyan el desarrollo	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Programas sociales y beneficios especiales a empleados	4	50%
Prestando servicios básicos y transporte	4	50%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: El apoyo al desarrollo de la comunidad y al bienestar de sus habitantes se demuestra a través de las diversas actividades, proyectos y acciones que la cooperativa toma, haciendo énfasis en generar empleo y apoyando diferentes programas sociales.

18-¿Tienen proyectos a futuro para darle continuidad al desarrollo de la comunidad?

Cuadro N° 22

Tienen proyectos a futuro	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	7	88%
No	1	12%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: La cooperativa tiene proyectado a futuro seguir con el apoyo y la implementación de actividades y proyectos que contribuyan al desarrollo de la zona y de sus habitantes.

19-¿Existe una buena relación con la ADESCO y las demás organizaciones dentro de la comunidad?

Cuadro N°23

Tienen buena relación entre las entidades	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Existe una buena relación actualmente entre ambas entidades, esto hace que se pueda trabajar bien en conjunto para el objetivo común que se tiene como es el desarrollo de la comunidad.

20-¿Cuenta la cooperativa con áreas naturales protegidas?

Cuadro N° 24

Miden los resultados	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios: La zona en la que está ubicada la Cooperativa es rica en recursos naturales, la diversidad de fauna y flora hace que se tenga como objetivo el cuidado y protección de las especies, razón por la cual la zona se ha declarado como reserva natural protegida.

21-Si su respuesta fue positiva ¿cuál es la extensión de esta área?

Cuadro N° 25

Cuántas manzanas de terreno	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
215	1	12%
10	7	88%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios: Es una pequeña cantidad de manzanas que se encuentra totalmente protegida por la cooperativa en comparación a las que conforman la zona, es un área boscosa dentro de las instalaciones, en total 10 manzanas de bosque las que tienen esta condición.

22- ¿Las actividades productivas de la cooperativa son amigables con el medio ambiente?

Cuadro N° 26

Son amigables	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Actualmente la cooperativa cuenta con una certificación internacional de calidad de producto por tener procesos productivos amigables con el medio ambiente, razón por la cual definitivamente existe conciencia ambiental.

23- ¿Qué tipo de árboles y plantas predominan en la zona?

Cuadro N° 27

Fuente: Elaboración propia.

Árboles y plantas	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Pino	8	100%
Manzano	8	100%
Roble	8	100%
Pepeto blanco	4	50%
Amate	4	50%
Capulín	4	50%
Henequén	8	100%
Cafeto	8	100%
Porcentaje calculado con base a número de personas encuestadas. (8)		

Comentario: En la zona boscosa de la cooperativa y de la comunidad existe una gran diversidad de árboles y plantas, dichas plantaciones están protegidas y se busca la manera de reforestar la zona con las diferentes especies de árboles frutales y medicinales que brindan sus beneficios a los habitantes.

24- ¿Qué tipo de fauna predomina en la zona?

Cuadro N° 28

Animales	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Guatuzá	8	100%
Conejo	8	100%
Venado	8	100%
Zorro	4	50%
Gato monte	4	50%
Coyote	8	100%
Búho	4	50%
Serpiente	4	50%
Mapachín	4	50%
Porcentaje calculado con base a número de personas encuestadas. (8)		

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Existe una gran diversidad de fauna en la zona, muchos de ellos característicos de montaña, estas especies silvestres son parte de las áreas protegidas, el bosque es su hábitat natural, está prohibida su caza y cautiverio.

25- ¿Cuál considera que es el principal atractivo de la zona?

Cuadro N° 29

Principal atractivo	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Cerro Cacahuatique	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: El cerro Cacahuatique es sin duda el principal atractivo de la zona, incluso personas de otros lugares del país y extranjeros han sido vistos en el lugar, gracias al impresionante paisaje y clima agradable.

26- ¿Conoce la historia de la cooperativa?

Cuadro N°30

Conoce la historia de la cooperativa	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Los miembros de la junta conocen la historia de la Cooperativa, de cuando se les entrego como parte de la reforma agraria y empezaron con la producción de henequén hasta como empezaron a producir café.

27-¿Qué hechos de la historia de la cooperativa considera más importantes?

Cuadro N° 31

Conoce la historia de la coop.	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Guerra	4	50%
Desarrollo de la cooperativa	4	50%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Los sucesos más importantes que los miembros de la Junta recuerdan son la guerra y como la cooperativa ha desarrollado en los últimos años, el conflicto armado les afecto constantemente en sus actividades, al finalizar esta situación han intentado crecer en cuanto a sus niveles productivos y organizacionales así como en la ayuda que brindan en la comunidad, obteniendo buenos resultados.

28-¿La cooperativa se dedica solo a la venta de café?

Cuadro N° 32

Se dedica solo a la venta de café	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
No	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: La cooperativa cuenta con otras actividades económicas adicionales a la producción y venta de café, entre ellas está el cultivo de frutas y hortalizas que venden a los habitantes de la comunidad cada vez que hay temporada de cosecha.

29- ¿Hace cuánto tiempo se dedican a la producción del café?

Cuadro N° 33

Cuanto tiempo tiene de operar la cooperativa	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
34 Años	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: En sus inicios la cooperativa se dedicaba a la producción de henequén, con el tiempo esa actividad decayó y empezaron a la producción de café en sus distintos tipos desde hace 34 años.

30- ¿Qué tipos de café producen?

Cuadro N°34

Apoyan las actividades	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Bourbón	8	100%
Pacas	8	100%
Arábico	8	100%
Tequisi	7	88%
Porcentaje calculado con base a número de personas encuestadas. (8)		

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Existen distintas clases de café, la zona del cerro Cacahuatique es idónea para su cultivo, actualmente se producen distintas clases cada una de ellas es diferente en cuanto a calidad, pero el Bourbón y Arábica son de los más comprados y mejor calidad.

31-¿Han pensado en incluir otro tipo de producto o negocio en el mediano o largo plazo?

Cuadro N° 35

Incluir otro tipo de producto o negocio	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Largo plazo	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: En la actualidad se están haciendo inversiones para mejorar el proceso de beneficiado y producción de café, los esfuerzos se están centrando en eso, sin embargo en la cooperativa se piensa incursionar en otros negocios a futuro.

32- ¿Qué tipo de productos o negocios les llama más la atención?

Cuadro N° 36

Qué tipo de producto o negocio	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Cacao	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Al igual que en la comunidad, la cooperativa piensa en un futuro incursionar en el cultivo, producción y venta del cacao, que actualmente está resurgiendo en El Salvador.

33- ¿Tienen asociaciones estratégicas con otros beneficios o cooperativas?

Cuadro N° 37

Con cuales entidades está asociada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Cooperativa Ciudad Barrios	8	100%
ADEL Morazán	8	100%
Banco Hipotecario	8	100%
FECORADO	5	63%
Total en base a número de personas encuestadas		

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Existen distintas asociaciones estratégicas de la Cooperativa con diferentes ONG´s e instituciones financieras, que producen beneficios para ambas partes tanto financieramente, mercadológicamente y capacitaciones que contribuyen a la mejora continua que la Cooperativa desea implementar en sus actividades.

34- ¿Venden su producto a nivel local?

Cuadro N°38

Vende a nivel local	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: La cooperativa vende a nivel local sus diferentes productos tales como el café molido que producen, así como el café pergamino para que pueda terminar de ser procesado a la cooperativa de Ciudad Barrios, la venta únicamente es a nivel local y a pequeños nichos de mercado.

35- ¿Su producto cuenta con certificaciones de calidad?

Cuadro N° 39

Cuentan con certificados de calidad	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	7	88%
No	1	12%
Total	2	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: El café que se produce en la cooperativa cuenta con una certificación internacional de calidad emitida por la certificadora Rain Forest, esto se debe a los procesos productivos de café amigables con el medio ambiente que se desarrollan en la cooperativa.

36- ¿Actualmente exportan café?

Cuadro N° 40

Exportan café	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
No	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Actualmente en la cooperativa no se realiza la exportación del café que se produce, según lo manifestado por falta de conocimiento y asesoría del proceso de exportación, se piensa aplicar en un futuro.

37-¿Ha notado algún cambio significativo en los recursos naturales desde que la cooperativa hace uso de ellos?

Cuadro N°41

Cambio significativo	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios: Se han notado cambios significativos en los recursos naturales que posee la cooperativa en su entorno, dichos cambios se han hecho notables con el paso de los años, en especial por los cambios climáticos suscitados por el calentamiento global.

38-Si su respuesta es si, ¿Cuáles han sido dichos cambios?

Cuadro N° 42

¿Cuáles cambios?	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Mayor abundancia	1	12%
Cambios decrecientes en cuanto al clima	5	63%
Han disminuido los nacimientos de agua	2	25%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios: Los cambios que manifiestan se han podido presenciar, es en cuanto a la disminución de los nacimientos de agua en la zona, esto debido a que es de esa agua la que se distribuye a los hogares en la comunidad, también los cambios en el clima se han hecho notar con el aumento de la temperatura en la zona pero la reforestación ha contribuido para la mayor cosecha de frutas y hortalizas.

39- ¿Tienen alguna política para evitar la escasez, contaminación o extinción de dichos recursos?

Cuadro N° 43

Políticas de prevención	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	5	63%
No	3	37%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Según lo manifestado por la mayoría de miembros de la junta se cuenta con planes contingenciales para evitar la contaminación de sus reservas naturales, así como la de la producción de café, esto para evitar daños, sanciones o pérdidas para la cooperativa. Entre ellos se pueden mencionar: planes de reforestación en la zona.

40- ¿Cuáles son los productos agrícolas que se cosechan en la cooperativa?

Cuadro N°44

Conoce la historia de la Coop.	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Café	8	100%
Maíz	8	100%
Porcentajes en base a número de personas encuestadas		

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios: En los terrenos de la cooperativa se cultiva café y maíz, ambos productos son utilizados para la venta y autoconsumo de los socios, con la diferencia de que el café se cultiva en mayor cantidad y también es la materia prima para la producción agroindustrial de la Cooperativa.

41-¿Cómo cooperativa le apuestan más a los productos orgánicos o inorgánicos?

Cuadro N° 45

Cual producto es de su interés	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Orgánico	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios: En la cooperativa se hace uso de productos orgánicos en especial de abonos para los cultivos de café y maíz, esto por la filosofía de tener procesos amigables con el medio ambiente y también como parte de las reglas que deben cumplir para mantener su certificación internacional.

42-¿Qué tipo de oficios se desarrollan en la cooperativa?

Cuadro N° 46

Oficios	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Carpintería	3	38%
Albañilería	2	24%
Recolector de Café	3	38%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Para las actividades productivas que realiza la cooperativa, se contrata a personas con conocimientos en diferentes oficios tales como carpintería y albañilería y recolectores de café, sobre todo en la temporada de café cuando es más necesario.

43- ¿Hay empleados o socios de la cooperativa que hayan estudiado alguna carrera técnica o universitaria?

Cuadro N° 47

Si los empleados han estudiado una carrera técnica o universitaria	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
No	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Ninguno de los empleados de la cooperativa cuenta con título universitario o técnico, siendo el personal de la empresa personas con conocimientos empíricos de su trabajo, esto es debido a las dificultades de acceso a la educación superior, adicional a ello, muchos de los socios prefieren que sus hijos se preparen a parte y no trabajen en la Cooperativa.

44- ¿En la cooperativa capacitan a sus empleados?

Cuadro N° 48

Hay capacitaciones en la cooperativa	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	7	88%
A veces	1	12%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: El personal que labora en la cooperativa es capacitado en las diferentes áreas en las que se desempeñan, por medio de ADEL Morazán se logra el apoyo de técnicos quienes son los encargados de capacitarles al menos dos veces al año.

45-Si su respuesta fue positiva ¿En qué áreas lo hacen?

Cuadro N°49

Áreas	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Agrícola	6	75%
Administrativa	4	50%
Industrial	6	75%
Laboral	3	38%
Porcentaje calculado con base a número de personas encuestadas. (8)		

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Las capacitaciones se imparten en las diferentes áreas de la cooperativa, para lograr un equilibrio en esta ayuda que se brinda a los empleados de las diferentes áreas, esto les permite especializarse más en su trabajo y mejorar constantemente los procesos.

46- ¿Cada cuánto tiempo se les capacita?

Cuadro N° 50

Periodo	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Quincenal	1	12%
Mensual	1	12%
Trimestral	1	12%
Anual	5	64%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios: Las capacitaciones se dan en diferentes periodos de tiempo para las diferentes áreas de la Cooperativa, algunas en lapsos más cortos que otras, sin embargo se espera que anualmente se reciban de dos a tres capacitaciones.

47-¿Considera que los empleados cuentan con las capacidades necesarias para desarrollar su trabajo?

Cuadro N° 51

Tienen capacidades	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios: Los miembros del consejo administrativo de la Cooperativa consideran que los empleados cuentan con los conocimientos y aptitudes necesarias para poder desenvolverse bien en sus diferentes trabajos, personas con conocimientos empíricos pero con años de experiencia en lo que hacen.

48-Si en estos momentos estuvieran interesados en ejecutar un proyecto en la comunidad, ¿Qué proyecto tiene en mente ejecutar?

Cuadro N° 52

Proyectos de Interés	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Plan para ayudar a la gente de escasos recursos	6	75%
Talleres de Mecánica, Panadería, Sastrería.	2	25%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios: Dentro de los proyectos que la Cooperativa desea desarrollar a futuro están aquellos que ayuden a mejorar los ingresos de las personas en este caso de aquellos que tienen escasos recursos generando nuevas fuentes de empleo, y también poder hacer los contactos necesarios con las instituciones correspondientes para impartir talleres en diferentes oficios que permita a los habitantes de la comunidad a tener fuentes de ingresos.

49-¿Considera la cooperativa que es necesario fortalecer la agricultura en la comunidad?

Cuadro N° 53

Fortalecer la agricultura	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	8	100%
Total	8	100%

Comentario: Los miembros de la junta de la Cooperativa manifestaron que es necesario fortalecer la práctica de la agricultura en la comunidad, para que la gente pueda cultivar sus propios alimentos y poder generar ingresos con la venta de ellos. La capacitación técnica es importante para poder realizar este tipo de proyectos.

50-Si su respuesta fue si, ¿Cuál sería el aspecto a fortalecer?

Cuadro N° 54

Que aspecto fortalecer	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Diversificación de cultivos	5	63%
Apoyo de entidades gubernamentales	3	37%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Dentro de los aspectos que se deben fortalecer para promover la agricultura en la comunidad es el poder diversificar los cultivos que en la Cooperativa se siembran y poder buscar más apoyo de instituciones gubernamentales como asesoría técnica y apoyo económico.

51-¿Cuál considera que sería el mayor obstáculo para impulsar un proyecto agrícola en la comunidad?

Cuadro N°55

Obstáculos	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Climáticos	1	12%
Económicos	7	88%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios: El aspecto económico y el climático son los principales obstáculos para poder impulsar los proyectos agrícolas en la comunidad, en el futuro la cooperativa espera poder contribuir más en cuanto a lo económico.

52-La cooperativa, ¿Genera actividades para dinamizar la economía de los miembros de la comunidad?

Cuadro N° 56

Genera actividades	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	7	88%
No	1	12%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios: Dentro de las actividades que la cooperativa realiza para dinamizar la economía actualmente está la generación de empleos para los habitantes de la comunidad, en la actualidad la mayoría de plazas se generan en la época de temporada.

53-Si su respuesta fue positiva, ¿Cuáles son las actividades que han realizado últimamente?

Cuadro N° 57

¿Cuál actividad es?	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Sembrar más café	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios: Al sembrar más café en la cooperativa se contribuye a la generación de empleos para los habitantes de la comunidad, desde las personas que lo cultiva y lo cortan hasta quienes lo transportan y están involucrados en el proceso de beneficiado del café.

54-Dichas actividades, ¿Están dentro de la agenda normal de la cooperativa?

Cuadro N°58

Son actividades normales de la cooperativa	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios: Estas actividades están contempladas en la planeación de operaciones que la cooperativa realiza cada año, existiendo un responsable de coordinarla y de observar los resultados.

55- ¿Cuántos empleados de la cooperativa son fijos?

Cuadro N°59

Número de empleados fijos.	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
89 Empleados	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios: Durante el año las plazas fijas son 89 en total, entre plazas administrativas y operativas, en la época de temporada incrementa notablemente.

56- ¿Cuántos empleados de la cooperativa son temporales?

Cuadro N°60

Número de empleados temporales.	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
700-1000 Empleados (temporada de recolección)	8	100%
Total	8	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios: La cantidad de empleados que se deben contratar en temporada incrementa notablemente, desde cortadores hasta transportistas, personas que están en el proceso de secado del café, hasta los clasificadores y operarios de las maquinas. Todos contratados de manera temporal.

4.2 TABULACIÓN DE LOS DATOS DE LOS MIEMBROS DE ADESCO TAFUVI EL TABLÓN EN ACCIÓN.

1. ¿Con qué servicios básicos cuenta la comunidad actualmente?

Cuadro N°61

Servicios básicos de la comunidad	Frecuencia Relativa	Frecuencia absoluta
Energía Eléctrica	37	100%
Agua potable	37	100%
Salud	24	65%
Educación	30	81%
Porcentaje calculado en base a número de personas encuestas (37)		

Fuente: Elaboración propia.

El caserío el tablón cuenta ciertos servicios básicos, pero se observa que no todos tienen acceso a dichos servicios como por ejemplo, a la salud. Ya sea por motivos internos, no cuentan con una casa comunal; o externos, las entidades encargadas de dicho servicio no administran adecuadamente el servicio.

2. ¿Considera que hay servicios básicos que necesitan mejorar en la comunidad?

Cuadro N° 62

Se necesitan mejorar servicios básicos	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	37	100%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

Los miembros de la ADESCO están completamente de acuerdo que hay que mejorar los servicios básicos en la comunidad, y que esta mejora, permita un avance en la calidad de vida de los habitantes.

3. Si su respuesta fue positiva, mencione que servicios básicos deben mejorar.

Cuadro N° 63

Servicios básicos por mejorar	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Salud	14	38%
Tren de aseo	30	81%
Aguas Negras	28	76%
Agua potable	16	43%
Porcentaje calculado en base a número de personas encuestadas (37)		

Fuente: Elaboración propia.

Los miembros perciben la deficiencia que hay en los servicios que son suministrados a su comunidad, debido a la ubicación de la comunidad se ven restringidos a servicios de mejor calidad, o por poca atención de las entidades encargadas.

4. ¿Quiénes suministran los servicios básicos en la comunidad?

Cuadro N° 64

Proveedores de servicios básicos	Frecuencia relativa	Frecuencia Absoluta
Empresa privada	37	100%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

Se observa un monopolio con respecto a las entidades que suministran los servicios en la comunidad, esto genera ciertos problemas como precio, calidad, eficiencia; lo cual implica problemas a los habitantes.

5. ¿En qué año se constituyó la ADESCO?

Cuadro N° 65

Año en que se constituyó la ADESCO	Frecuencia Relativa	Frecuencia absoluta
1995	23	62%
NS/NR	14	38%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

Gran parte de los miembros de la ADESCO conocen el inicio de su asociación comunal, una pequeña parte de estos la desconocen por diferentes motivos, como desinterés o desinformación.

6. Como ADESCO ¿Planifican actividades dentro de la comunidad?

Cuadro N° 66

ADESCO planifica actividades	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	37	100%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

Como ADESCO (Asociación de Desarrollo Comunal), son familias que viven en la zona y que están debidamente organizadas. De tal manera que cuentan con planificación de actividades para recaudar fondos y solventar sus carencias y así, poder mejorar sus condiciones de vida.

7. Si su respuesta fue positiva, ¿Qué tipo de actividades realizan?

Cuadro N°67

Actividades realizadas	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Ventas de alimentos	37	100%
Rifas	37	100%
Torneos de futbol	32	86%
Porcentaje calculado en base a número de personas encuestadas (37)		

Fuente: Elaboración propia.

Como ADESCO bien organizada, enfocada en el desarrollo de la comunidad; programan actividades con el fin de recaudar fondos para mejorar los problemas de la comunidad que estén a su alcance. Estos realizan actividades como venta de alimentos típicos; rifas de artículos; y actividades recreativas como torneos de futbol.

8. ¿Cada cuánto tiempo se llevan a cabo estas actividades?

9. Cuadro N°68

Frecuencia de las actividades	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Mensualmente	12	32%
Cada dos meses	25	68%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

Los miembros de la ADESCO programan sus actividades de manera continua, siendo estos periodos mensuales y bimensuales.

10. ¿Delegan responsabilidades al momento de realizar las actividades?

Cuadro N°69

Se delegan actividades	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Si	37	100%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

Como toda entidad bien organizada, cuentan con niveles de responsabilidad; forman grupos de trabajo al momento de realizar sus actividades. Estos para que sean más eficientes les delegan responsabilidades y cierto grado de autoridad, permitiendo así grupos de trabajo autodirigidos y que puedan tomar decisiones para ciertas situaciones.

11. ¿Cuentan con el apoyo de la comunidad en las actividades que realizan?

Cuadro N°70

Apoyo de la comunidad en las actividades	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Si	24	65%
A veces	13	35%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

Al momento de realizar las actividades programadas de la ADESCO, se realiza conjuntamente con los demás miembros de la comunidad para poder escuchar opiniones; esto les permite obtener una actividad con apoyo de toda la teniendo en cuenta que siempre habrá un parte de ellos que no estará de acuerdo con ciertos criterios que conforman la actividad.

12. ¿Las decisiones en beneficio de la comunidad son tomadas únicamente por la ADESCO?

Cuadro N°71

La ADESCO es quien toma las decisiones	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Si	27	73%
A veces	10	27%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

La ADESCO, como entidad representante de la comunidad, es la que toma las decisiones importantes para el bienestar de la comunidad. Ya que son personas las cuales tienen conocimientos; y continua capacitación por la alcaldía y otras entidades no gubernamentales para una mejor toma de decisiones.

13. ¿Es importante para la ADESCO la opinión de los habitantes de la comunidad?

Cuadro N°72

Es importante la opinión de la comunidad	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Si	37	100%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

Para lograr una completa categorización y darle prioridad a los problemas más importantes de la comunidad, la ADESCO recopila y analiza las opiniones de los miembros de la comunidad y así lograr solventar los problemas que agobian a la comunidad.

14. ¿Es la ADESCO la encargada de elegir a sus miembros?

Cuadro N°73

ADESCO encargada de elegir a sus miembros	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
No	37	100%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

La ADESCO no elige a sus miembros, cualquiera puede formar parte de dicha asociación siempre y cuando cumpla los requisitos estipulados como presentar el Documento Único de Identidad (DUI) y residir en la comunidad en donde se constituirá la ADESCO o en el domicilio que se especifica en los estatutos de la asociación.

15. ¿Qué otras organizaciones además de la ADESCO hay en la comunidad?

Cuadro N°74

Organizaciones además de la ADESCO	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Asociación agropecuaria	23	62%
Sociedad de ahorro de mujeres	37	100%
Jóvenes en acción	12	32%
Comité de crédito	30	81%
Porcentaje calculado en base a número de personas encuestadas (37)		

Fuente: Elaboración propia.

Además de tener el apoyo de la alcaldía, es necesario crea vínculos con otras entidades que estén dispuesta a impulsar la mejora en la calidad de vida de los habitantes de la comunidad. La ADESCO TAFUVI trabaja con entidades que los ayuda tanto en lo financiero y estratégico.

16. ¿Qué tipo de líderes existen en la comunidad?

Cuadro N°75

Tipos de líderes de la comunidad	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Políticos	37	100%
Religiosos	37	100%
Sociales	37	100%
Porcentaje calculado en base a número de personas encuestadas (37)		

Fuente: Elaboración propia.

En la comunidad hay distintos tipos de líderes, la cuales las personas siguen según sean sus ideales o creencias. En la comunidad según lo expresado por los miembros existen líderes políticos y religiosos. Estos ayudan a su manera a tratar de solventar los problemas de los habitantes.

17. ¿Actualmente hay intermediarios entre la alcaldía de Osicala y la ADESCO?

Cuadro N°76

Intermediarios entre la alcaldía y la comunidad	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Si	8	22%
No	29	78%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

La ADESCO no puede solventar por si sola las necesidades de la comunidad, por tal motivo debe crear lazos con otras entidades. Para atender de manera eficiente a las Asociaciones de Desarrollo Comunal, las alcaldías municipales designan a una persona específica en el cargo de PROMOTOR SOCIAL, el cual debe cumplir con los siguientes requisitos: Estudiante avanzado de carreras Sociales universitarias y/o con experiencia en participación Ciudadana; con dinamismo, liderazgo, criterio propio e iniciativa entre otras.

18. ¿A qué se dedica actualmente?

Cuadro nº77

Ocupación	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Empleado	18	49%
Negocio propio	19	51%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

Los habitantes de la comunidad cuentan con dos actividades económicas. La primera como empleados de la Asociación Cooperativa “San Carlos Dos” desempeñando distintas labores, logrando así obtener ingresos económicos o beneficios adicionales. La segunda actividad es negocio propio, ya sea prestación de servicio o elaboración de productos, según sean las habilidades o capacidades de la personas.

19. Si su respuesta fue negocio propio, ¿Qué tipo de negocio es?

Cuadro nº78

Tipo de negocio	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Elaboración de productos	19	100%
Total	19	100%

Fuente: Elaboración propia.

Como segunda actividad económica, los habitantes según sus capacidades o habilidades han decidido crear su propio negocio. Se dedican a la elaboración de productos, utilizando materiales de su entorno y así obtener ingresos.

20. ¿Qué materiales de la zona utilizó para la elaboración de sus productos y/o prestación de servicios?

Cuadro N°79

Materiales de la zona utilizados	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Terreno	5	26%
Cultivos	12	63%
Productos cárnicos	2	11%
Total	19	100%

Fuente: Elaboración propia.

El cerro Cacahuatique con una altura de 1,663 metros sobre el nivel del mar, le da una excelente calidad de terreno y clima de altura, siendo propicio para ciertos tipos de cultivo, los habitantes de la comunidad utiliza estas tierras para sus cultivos como medio económico, es decir propio negocio. Otro porcentaje se dedica a la crianza de animales, aprovechando los terrenos y la diversidad de pastos y plantas entre otros elementos necesarios para los animales.

21. ¿Cuáles son los oficios que tienen más tiempo de practicarse en la comunidad?

Cuadro N°80

Oficios que se practican	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Albañilería	35	94%
Carpintería	20	54%
Agricultura	37	100%
Total	92	248%

Fuente: Elaboración propia.

Debido a las tierras fértiles y clima de altura por excelencia el oficio en la comunidad es la Agricultura siendo la siembra de café una de las más primordiales. Siendo la albañilería el segundo oficio que practican, siendo ellos mismos quienes han edificado sus hogares o las de otros habitantes; realizan modificaciones o reparaciones necesarias según sean las necesidades. A la actividad anterior se suma la carpintería, ya que esto completa dicha actividad ya que es necesario la manipulación de madera o elaboración de artículos para el hogar.

22. En la comunidad, ¿Los oficios son enseñados de los padres a los hijos?

Cuadro N°81

Oficios enseñados de los padres a los hijos	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Si	37	100%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

La relación padre-hijo es una de las relaciones más universales y trascendentes de la humanidad. Todos los hombres participan de ella aunque no todos de idéntica forma. En la comunidad los padres han tomado es responsabilidad como base de crianza para sus hijos, enseñándoles los distintos tipos de oficios que se realizan como actividad laboral.

23. ¿Considera que los habitantes de la comunidad estarían dispuestos a aprender a elaborar productos o prestar servicios?

Cuadro N°82

Disposición de aprender nuevos oficios.	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Si	37	100%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

Como toda persona que está ligada al mundo de la productividad, los miembros de la comunidad están dispuestos a incursionar en nuevos mercados ya sea elaborar nuevos productos, ó prestar nuevos servicios de tal manera lograr ser más productivos.

24. ¿Qué tipo de productos o servicios se considerarían?

Cuadro N°83

Productos o servicios	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Cultivos	16	43%
Panadería	20	54%
Sastrería	17	46%
Productos Orgánicos	23	62%
Porcentaje calculado en base a número de personas encuestadas (37)		

Fuente: Elaboración propia.

La comunidad tiene interés en la elaboración de productos orgánicos, ya que la mayoría de sus alimentos son naturales; evitan el uso de productos sintéticos, pesticidas, herbicidas y fertilizantes artificiales, pretenden elaborar productos orgánicos. También pretenden implementar nuevos cultivos, ya que sus tierras cumplen los requisitos para una gran variedad de ellos. Asimismo desean cubrir cierta necesidad por consecuencia del difícil acceso, panadería y sastrería son otras de las opciones por considerar.

24-En los productos o servicios que se venden en la comunidad, ¿Tiene conocimiento si utilizan algún tipo de ingrediente químico (preservantes, saborizantes artificiales, insecticidas, abono inorgánico, entre otros)?

Cuadro N°84

Químicos	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Insecticidas	37	100%
Abono	37	100%
Porcentaje calculado en base a número de personas encuestadas (37)		

Fuente: Elaboración propia.

Los habitantes que se dedican a la siembra, para darle el cuidado y prevenir plagas utilizan abonos e insecticidas artificiales pero en mínima cantidad. Ya que quieren mantener el equilibrio ecológico, y mantener tierras y mantos acuíferos libres de tóxicos.

25-¿Cuáles son los productos agrícolas más producidos en la comunidad?

Cuadro N°85

Productos	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Café	37	100%
Maíz	37	100%
Frijol	37	100%
Maicillo	18	49%
Porcentaje calculado en base a número de personas encuestadas (37)		

Fuente: Elaboración propia.

Las tierras de altura, son convenientes para la siembra de café, siendo este el de máxima producción y venta. Secundariamente siembran otros cultivos, pero son para consumo propio y elaboración de otros productos las cuales comercian pero solamente entre los miembros de la comunidad.

26- ¿Usted posee un negocio?

Cuadro N°86

Posee negocio	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Si	2	5%
No	35	95%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

En la comunidad la mayoría de personas se dedican a prestar su fuerza laboral, ya sea directamente a la cooperativa ó a otras personas que tienen negocio propio.

27-Si su respuesta fue sí, ¿Qué tipo de producto o servicio ofrece?

Cuadro N°87

Producto o servicios	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Primera necesidad	2	5%
Total	2	5%

Fuente: Elaboración propia.

El poco porcentaje que representa a los habitantes que poseen negocio propio, son para comercializarlos en la misma comunidad. Siendo estos de primera necesidad.

28-Para la elaboración de su producto o prestación de servicio ¿Necesita de alguien más que le ayude?

Cuadro N°88

Necesita ayuda	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	15	41%
No	22	59%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

En su mayoría los negocios caen en la categoría de microempresa. Siendo negocios pequeños, lo conforman de dos a tres personas, consistiendo esta la cantidad suficiente para dar movimiento a todas las actividades necesarias de producción o prestación de servicios.

29- Si su respuesta fue positiva ¿De quién recibió esa ayuda?

Cuadro N°89

Quien le ayudo	Frecuencia Relativa	Frecuencia absoluta
Familiares	15	41%
Total	15	41%

Fuente: Elaboración propia.

Las personas que tienen negocios en la comunidad obtienen ayuda de sus familiares para las labores de cocina, ventas entre otras. Esto es de beneficio económico para el núcleo familiar y no representan costos.

30- ¿Qué otros productos se obtienen de su entorno?

Cuadro N°90

Productos	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Carne	14	38%
Madera	14	38%
Hortalizas	8	22%
Total	36	98%

Fuente: Elaboración propia.

Los miembros de la comunidad obtienen diferentes productos para su consumo de su entorno, en especial de sus cultivos, crianza de aves, ganado bovino y porcino y otros adquiridos de los árboles de la zona como frutos y madera.

31- ¿Cuáles son los productos o servicios que adquiere fuera de la comunidad?

Cuadro N°91

Productos o servicios	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Canasta básica	37	100%
Textiles	15	41%
Porcentaje calculado en base a número de personas encuestadas (37)		

Fuente: Elaboración propia.

En su mayoría los productos de canasta básica, artículos de primera necesidad, y herramientas de trabajo deben ser adquiridos fuera de la comunidad por la ausencia de tiendas o establecimientos donde puedan adquirirse en el lugar.

32-De los productos o servicios mencionados anteriormente, ¿Cuáles considera más necesarios poder adquirir en la comunidad?

Cuadro N°92

Productos o servicios	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Canasta básica	37	100%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

Los productos de canasta básica son indispensables para los habitantes de la comunidad, razón por la cual desearían tener un fácil acceso a dichos productos, la ubicación geográfica, el tiempo y el costo son elementos que dificultan su adquisición.

33-¿Cuál es la intención principal con los cultivos que se cosechan en la comunidad?

Cuadro N°93

Intención de cultivos	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Consumo familiar	37	100%
Venta	15	41%
Elaboración de otros productos	14	38%
Porcentaje calculado en base a número de personas encuestadas (37)		

Fuente: Elaboración propia.

Los cultivos que son cosechados en la comunidad se utilizan principalmente para el consumo propio, dejando una parte para la comercialización entre los miembros de la comunidad y otros para la elaboración de otros productos.

34-Si las condiciones se dieran, ¿Cuáles serían los cultivos que le gustaría cosechar?

Cuadro N°94

Cultivos	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Cacao	37	100%
Tomate	12	32%
Ajonjolí	15	40%
Pepino	23	62%
Porcentaje calculado en base a número de personas encuestadas (37)		

Fuente: Elaboración propia.

Debido a la fertilidad de las tierras del Cerro Cacahuatique los habitantes de la comunidad ven una oportunidad para diversificar su producción de cultivos con el cacao, tomate, ajonjolí, pepino.

35- ¿Conoce los cuidados y forma de cultivar, lo mencionado anteriormente?

Cuadro N°95

Conoce forma de cultivar	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Si	37	100%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

Debido a la cultura agrícola que predomina en la comunidad, los miembros que se dedican a los cultivos tienen los conocimientos necesarios sobre métodos de cultivo y cuidados del cacao entre otros.

36-Si su respuesta fue positiva, ¿en qué cultivo quisiera ser asesorado?

Cuadro N°96

Cultivo	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Cacao	37	100%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

Los habitantes de la comunidad están interesados en poder sembrar cacao por diferentes proyectos que se están desarrollando en el país y como una nueva oportunidad de ingresos por su comercialización.

37-¿Cuánto tiempo le gustaría que dure la actividad?

Cuadro N°97

Tiempo	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Un mes	37	100%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

Los habitantes de la comunidad ven como tiempo prudente para capacitarles, asesorarse técnicamente y darle seguimiento al proceso de cultivo del cacao el plazo de un mes.

38-¿Cuántos negocios conoce en la comunidad?

Cuadro N°98

Cantidad de negocios	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
7	37	100%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

La cantidad de negocios en la comunidad es escasa debido a la falta de recursos económicos, técnicos y de iniciativa de sus habitantes, en su mayoría son ventas de alimentos, medicinas y pequeñas tiendas.

39-Si su respuesta fue positiva, sabe si están formados por:

Cuadro N°99

Empleados	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Familiares	37	100%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

Los negocios en su totalidad están conformados por miembros del núcleo familiar debido a la cultura de la zona, en ninguno de ellos se contrata a particulares, principalmente por confianza y porque estos negocios son la principal fuente de ingresos para los hogares.

40-¿Considera que los habitantes de la comunidad pueden establecer su propio negocio?

Cuadro N°100

Establecer negocio	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Si	37%	100%
Total	37%	100%

Fuente: Elaboración propia.

Hay diversas opciones para que los habitantes de la comunidad puedan establecer sus propios negocios y también desean hacerlo, sin embargo la poca iniciativa, los pocos recursos técnicos y económicos dificultan actualmente el poner en marcha sus propios negocios.

41-¿Ha buscado ayuda (Créditos, Préstamos) de Bancos, Cooperativas Financieras u otras entidades?

Cuadro N°101

Ayuda financiera	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Si	37	100%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

La ADESCO, como entidad destinada para el desarrollo de la comunidad, está en sí, no cuenta con los recursos necesarios para solventar los problemas que agobian a la comunidad, por lo que como estrategia se necesitan lazos con otras entidades que estén dispuestas apoyar la causa. Pueden ser de tipo financiero o de apoyo técnico.

42-Si su respuesta fue positiva, ¿qué empresas visitó?

Cuadro N°102

Empresa	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Credicampo	37	100%
BFA	21	57%
ADEL Morazán	17	46%
Porcentaje calculado en base a número de personas encuestadas (37)		

Fuente: Elaboración propia.

Hay empresas que son solidarias con respecto a las necesidades de desarrollo de las comunidades. Entidades que aportan ayuda a asociaciones de desarrollo ya sea de manera financiera o apoyo técnico, esto les permite a los habitantes de la comunidad solventar sus problemas de manera paulatina. Ya que se necesita tiempo y apoyo económico para poder resolverlos, no por completo pero si en su mayoría.

43- ¿Cuál fue la respuesta que obtuvo de estas entidades?

Cuadro N°103

Respuesta	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Positiva	37	100%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

Las entidades que destinan cierto apoyo al rubro del desarrollo comunal, para poder otorgar apoyo a las entidades de desarrollo, en este caso ADESCO, solicitan ciertos requisitos que la ADESCO debe cumplir. Cumpliendo esto, dan paso a la planeación y programación de las actividades del plan de desarrollo.

44-¿Cuál fue el motivo que lo impulso a buscar ayuda (Créditos, Préstamos) de esas entidades?

Cuadro N°104

Motivo que lo impulso	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Personal	15	41%
Negocio	22	59%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

Los motivos por el cual los miembros de la ADESCO han buscado ayuda financiera han sido, en primer caso para su negocio inyectar de manera financiera, para poder acrecentar la actividad económica interna de la comunidad. En segundo caso ha sido personal, para solventar necesidades económicas que estos tengan.

45-Si su respuesta fue de Negocios, ¿para qué lo utilizará?

Cuadro N°105

Motivo del préstamo, crédito	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Compra de materiales	37	100%
Mejoras al actual	12	32%
Porcentaje calculado en base a número de personas encuestadas (37)		

Fuente: Elaboración propia.

En la comunidad, las personas cuentan con negocio propio, el motivo por el cuál buscan ayuda financiera es la de mantener en funcionamiento su actividad económica, la elaboración de productos necesita materias primas para obtener su producto final. Otros necesitan realizar ciertas mejoras al negocio actual ó realizar mantenimientos necesarios.

46- ¿En qué manera la ADESCO promueve la iniciativa para establecer nuevos negocios (nuevos cultivos, aprender nuevos oficios, elaborar nuevos productos) en la comunidad?

Cuadro N°106

¿En qué manera?	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Asesoramiento de ONG'S	37	100%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

Una de las opciones más inmediatas que ha optado la ADESCO para obtener apoyo son las ONG'S, son organizaciones no gubernamentales que no buscan obtener ganancias de tipo económico, estas son entidades de la sociedad civil y que buscan la mejora de la situación de la comunidad; como asistencia sanitaria, fomento del desarrollo comunal, promoción de la comunidad entre otras.

47- ¿Cuenta la comunidad con costumbres y tradiciones propias?

Cuadro N°107

Tienen costumbres y tradiciones	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	37	100%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

La comunidad cuenta con costumbres que son formas de comportamiento que asume toda la comunidad y que las distingue de otras comunidades. Entre ellas sus danzas, comidas, artesanías entre otras. Estas con el tiempo y transferencia de generación en generación se convierten en tradiciones.

48-Si su respuesta fue si, mencione las más importantes.

Cuadro N°108

¿Cuáles son?	Frecuencia Relativa	Frecuencia absoluta
Celebraciones religiosas	37	100%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

Como todo pueblo, ciudad, es tradición que tengan un santo que los represente y que también tenga su día para celebrarlo. Realizando muchas actividades desde primera horas de la mañana, en el transcurso del día se realizan actividades religiosas, comidas típicas, danzas entre otras más.

49- ¿Se celebran fiestas patronales en la comunidad?

Cuadro N°109

¿Celebran fiestas patronales?	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	37	100%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

Las fiestas patronales son un conjunto de solemnidades con que una población, barrios ó ciudades celebran anualmente la fecha de su santo patrón. Como festejo suelen incluir como un oficio solemne los actos religioso, entre otras celebraciones.

50-Si su respuesta fue positiva, ¿En qué fecha se llevan a cabo?

Cuadro N°110

¿En qué fecha?	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
24 de abril	28	76%
25 de marzo	37	100%
Porcentaje calculado en base a número de personas encuestadas (37)		

Fuente: Elaboración propia.

Del 23 al 25 de junio, en honor de San Juan Bautista. marzo o abril, en honor de San Fernando.

51- ¿Qué religiones predominan entre los habitantes de la comunidad?

Cuadro N°111

¿Qué religiones hay en la comunidad?	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Católicos	37	100%
Evangélica	37	100%
Testigos de Jehová	30	81%
Porcentaje calculado en base a número de personas encuestadas (37)		

Fuente: Elaboración propia.

En la comunidad hay tres tipos de religiones, las cuales los habitantes asimilan según sus ideales, entre ellas tenemos la iglesia Católica, la iglesia Evangélica, y los Testigos de Jehová.

52- ¿Qué tipo de eventos culturales se llevan a cabo en la comunidad?

Cuadro N°112

¿Qué eventos realizan en la comunidad?	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Festivales	23	62%
Actos Culturales Escolares	37	100%
Conmemoraciones	15	41%
Porcentaje calculado en base a número de personas encuestadas (37)		

Fuente: Elaboración propia.

En la comunidad los eventos que realizan son festivales, actos culturales escolares y conmemoraciones, la cual asisten los habitantes y personas de lugares aledaños. Estas son actividades que buscan estimular la creación, difusión y reproducción de fenómenos como actos que permiten un conocimiento, y fortalecimiento de la identidad cultural de los individuos y de la comunidad.

53- ¿Conoce la historia de su comunidad?

Cuadro N°113

¿Conoce la historia?	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	12	32%
No	25	68%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

Existen diferentes historias en cuanto al origen y hechos relevantes de la comunidad, sin embargo los habitantes no manejan una versión única y en su mayoría no tienen conocimiento de cómo se formó

54- Si su respuesta fue afirmativa, ¿Podría mencionar los hechos que considere más importantes?

Cuadro N°114

¿Qué cambios han ocurrido?	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Desarrollo de la Comunidad	12	32%
Total	12	32%

Fuente: Elaboración propia.

El desarrollo de la comunidad ha venido en auge en los últimos años, gracias al apoyo de la cooperativa y las iniciativas de la ADESCO se han logrado concretar muchos proyectos en beneficio de los habitantes, que han contribuido a su desarrollo personal y colectivo que es para ellos uno de los hechos más importantes.

55- ¿Recuerda algún suceso histórico de la comunidad que lo haya afectado directa o indirectamente?

Cuadro N°115

¿Ocurrió algún suceso histórico importante?	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	27	73%
No	10	27%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

En los grupos sociales siempre suceden acontecimientos a lo largo de su historia afectan de alguna manera a los miembros que los conforman, en este caso los de mayor edad y tiempo de vivir en la comunidad mencionan que si hubieron hechos históricos que les afectaron de alguna manera.

56-Si su respuesta fue sí, mencione dicho suceso.

Cuadro N°116

¿Cuál fue ese suceso importante?	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
La guerra	27	73%
Total	27	73%

Fuente: Elaboración propia.

El conflicto armado, en esta época marcó a los habitantes de la comunidad quienes presenciaron como la cooperativa fue incendiada, sus cultivos dañados y sus ganados fueron robados, algunos presenciaron el fallecimiento de seres queridos y como el desarrollo comunal se estancó durante este tiempo.

57-¿Cuáles son los árboles y plantas que predominan en la zona?

Cuadro N117

¿Cuál es la flora de la zona?	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Chipilín	23	62%
Laurel	21	58%
Zapote	23	62%
Guayabo	26	70%
Pino	33	89%
Ceiba	18	49%
Apaste	17	50%
Cedro	22	59%
Roble	26	70%
Café	33	89%
Maguey	30	81%
Porcentaje calculado en base a numero de personas encuestadas (37)		

Fuente: Elaboración propia.

Existe una gran cantidad de árboles cultivados en la zona, tanto en las áreas boscosas protegidas como en las parcelas asignadas a los habitantes de la comunidad donde se siembran arboles maderables y de frutos para los diferentes usos de los habitantes de la comunidad, especies como el pino son características de la zona por su clima al igual que los cultivos de cafeto.

58- ¿Cuáles son los animales de vida silvestre que habitan en la localidad?

Cuadro N°118

¿Cuál es la fauna de la zona?	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Venado	35	95%
Culebra	18	49%
Cusuco	21	57%
Conejo	33	89%
Cutuza	30	81%
Coyote	34	92%
Garrobo	20	55%
Iguana	23	62%
Masacuata	25	68%
Porcentaje calculado en base a numero de personas encuestadas (37)		

Fuente: Elaboración propia.

En la comunidad existe una gran diversidad en cuanto a fauna, distintas especies de mamíferos, aves y reptiles son observados en la zona, por ser un área protegida no se permite la caza, cautiverio ni su consumo.

59-Para usted, ¿Cuál sería el lugar con la mejor belleza natural de la localidad?

Cuadro N°119

¿Qué lugar es más atractivo?	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
El cerro Cacahuatique	37	100%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

Los sitios con biodiversidad poseen una belleza natural que resulta atractiva para visitantes y habitantes de una comunidad. El cerro Cacahuatique es el principal atractivo de la zona debido a su flora, fauna, paisaje y clima.

60-¿Cómo comunidad realizan actividades que les ayuden a tener nuevos ingresos?

Cuadro N°120

Se necesitan mejorar servicios básicos	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	30	81%
No	7	19%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

Las ADESCOS están comprometidas a promover el desarrollo de las comunidades para ellos realizan diversas actividades que ayuden a generar ingresos para la ejecución de proyectos que subsanen las necesidades de los habitantes razón por la cual la mayoría reconoce que estas actividades se están realizando.

61- ¿En qué ámbito se enfocan las actividades que realiza la comunidad?

Cuadro N°121

¿Qué tipo de actividades realizan?	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Recreativo	31	84%
Familiar	31	84%
Religioso	25	68%
Político	12	32%
Deportivo	33	89%
Campañas Medicas	34	92%
Porcentaje calculado en base a numero de personas encuestadas (37)		

Fuente: Elaboración propia.

Las ADESCOS organizan actividades enfocadas en diversos ámbitos, contribuyendo siempre al entretenimiento y desarrollo de los habitantes de la comunidad, en este caso están enfocadas principalmente en los aspectos recreativos, campañas médicas, eventos deportivos y familiares que a la vez, les permitan recolectar fondos para nuevos proyectos y futuras actividades.

62- ¿Con que frecuencia realizan estas actividades?

Cuadro N°122

¿Qué religiones hay en la comunidad?	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Una vez al año	37	100%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

Las ADESCOS llevan a cabo actividades en beneficio para las comunidades estas pueden realizarse de manera constante y su periodo depende de diferentes elementos como recursos, cooperación de la comunidad e iniciativa en este caso en la comunidad se realizan en periodos anuales según confirmaron los encuestados en su totalidad.

63- ¿Qué tanta unión hay entre los habitantes de la comunidad?

Cuadro N°123

¿Qué religiones hay en la comunidad?	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Mucha	37	100%
Total	37	100%

Fuente: Elaboración propia.

Para que una comunidad tenga una mejor organización y las ADESCOS tengan éxito en sus proyectos y actividades es de mucha importancia que exista unión entre los habitantes de la comunidad, en este caso en su totalidad manifiestan que hay unión entre los habitantes de la zona.

4.3 TABULACIÓN DE DATOS DE TURISTAS

1- ¿Qué servicios básicos considera necesarios de los lugares que visita?

Cuadro N°124

Servicios Básicos	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Internet	42	86%
Agua potable	28	57%
Electricidad	28	57%
Servicios Sanitarios	28	57%
Porcentaje total en base a número de personas encuestadas (49)		

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Los turistas consideran de suma importancia que los lugares visitados cuenten con buenos servicios básicos al igual que se les proporcione internet para sus aparatos electrónicos.

2- ¿Considera importante que haya seguridad pública en los sitios que visita?

Cuadro N°125

Seguridad Pública	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Si	49	100%
Total	49	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: La seguridad pública es uno de los principales indicadores que los turistas buscan al visitar un lugar.

3- ¿Qué medio de transporte utilizaría para moverse?

Cuadro N°126

Medio de Transporte	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Automóvil	42	86%
Bus	14	33%
Porcentaje total en base a número de personas encuestadas (49)		

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: En su mayoría las personas para visitar un lugar turístico se transportan en vehículo propio.

4- ¿Considera importante que los lugares que visita cuenten con vías de acceso en buenas condiciones?

Cuadro N°127

Vías de Acceso	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Si	49	100%
Total	49	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Las vías de acceso juegan un papel importante en cuanto a la afluencia de turistas a algún lugar, por lo cual deben haber buenas vías de acceso al punto turístico.

5- ¿Toma en cuenta las ofertas turísticas que los diferentes sitios ofrecen?

Cuadro N°128

Ofertas Turísticas	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Si	49	100%
Total	49	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Las ofertas que ofrezca el punto turístico deben de ser variado, para libre elección de las personas que lo visiten.

6- Si su respuesta fue positiva, ¿Por qué medios se informa?

Cuadro N°129

Medios de Información	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Televisión	35	71%
Referencias	28	57%
Periódico	7	14%
Internet	7	14%
Porcentaje total en base a número de personas encuestadas (49)		

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Una buena campaña publicitaria en los medios de comunicación, en especial en la televisión; es de vital importancia para dar a conocer las ofertas turísticas.

7- ¿De qué zona del país procede?

Cuadro N°130

Procedencia	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Oriental	49	100%
Total	49	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: El tipo de turismo para el cual se debe estar preparado es un turismo interno, en su gran mayoría.

8- ¿Considera que las ofertas turísticas del país son atractivas?

Cuadro N°131

Ofertas Atractivas	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Si	42	86%
No	7	14%
Total	49	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: La mayoría de turistas potenciales consideran atractivas las ofertas turísticas existentes en el país.

9- ¿Con que frecuencia sale de paseo a lugares turísticos?

Cuadro N°132

Frecuencia.	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Cada tres meses	14	29%
Una vez al mes	14	29%
Una vez a la semana	7	14%
Cada seis meses	7	14%
Una vez al año	7	14%
Total	49	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: La frecuencia con la que las personas salen de paseo es un poco alta, lo cual es bueno para su esparcimiento y entretenimiento personal y familiar.

10- ¿Con quienes frecuenta salir de paseo?

Cuadro N°133

Compañía en viaje de paseo	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Familia	49	100%
Amigos	14	29%
Porcentaje total en base a número de personas encuestadas (49)		

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: La mayoría de las personas al salir a lugares turísticos lo hacen con el fin de compartir con la familia y en un porcentaje más bajo con amigos.

11-¿Cuántos miembros conforman su grupo familiar?

Cuadro N°134

Número de miembros	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
4 miembros	24	50%
5 miembros	25	50%
Total	49	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Las personas que visitan los diferentes sitios turísticos junto a sus familias tienen grupos familiares de 4 o 5 personas aumentando la afluencia del lugar al llegar de esta forma.

12-¿Por qué motivos visita los diferentes sitios turísticos?

Cuadro N°135

Motivo	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Cultura	7	14%
Historia	7	14%
Tradición familiar	14	29%
Naturaleza	35	71%
Gastronómico	14	29%
Recreativo	14	29%
Deportivo	7	14%
Porcentaje total en base a número de personas encuestadas (49)		

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: La razón de mayor fuerza por la cual las personas visitan un lugar es por su belleza natural, en segundo plano tradiciones, el aspecto gastronómico y recreativo.

13- ¿Qué tipo de servicios busca en los lugares que visita

Cuadro N°136

Servicios	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Hospedaje	14	29%
Alimentación	42	85%
Piscinas	28	57%
Juegos de Aventura	14	29%
Porcentaje total en base a número de personas encuestadas (49)		

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Los principales servicios usados por los turistas son servicios de recreación y alimentación.

14- ¿Qué elementos de la naturaleza busca en los sitios turísticos que visita?

Cuadro N°137

Elementos	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Fauna	21	43%
Flora	28	57%
Panorama	35	71%
Clima	49	100%
Porcentaje total en base a número de personas encuestadas (49)		

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: En los elementos naturales lo que más captan la atención de los turistas está el clima y vista panorámica, resultando más atractiva una estadía en este tipo de lugares.

15- ¿A qué festivales turísticos asiste con más frecuencias?

Cuadro N°138

Festivales Turísticos	Frecuencia relativa	Frecuencia absoluta
Festival Del Maíz	7	14%
Festival Gastronómico	21	43%
Festival Religioso	35	71%
Porcentaje total en base a número de personas encuestadas (49)		

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: El turismo se ve más influenciado por festivales ya sean religiosos o gastronómicos.

16- ¿Ha visitado alguna vez el municipio de Osicala, departamento de Morazán?

Cuadro N°139

Visita a Osicala	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	28	57%
No	21	43%
Total	40	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: La mayoría de los turistas potenciales ya conocen en municipio de Osicala, sin embargo un porcentaje cercano a la mitad de los encuestados manifiesta no saber del lugar.

17-Si su respuesta fue negativa, ¿Por qué motivo no lo ha visitado?

Cuadro N°140

Motivo	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Desconoce el Lugar	14	67%
Falta de tiempo	7	33%
Total	21	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Las razones por las cuales las personas no han visitado el municipio es por desconocimiento del atractivo turístico del lugar o por falta de tiempo.

18-¿Le gustaría visitar el municipio de Osicala en el departamento de Morazán?

Cuadro N°141

Visita al Municipio	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	49	100%
Total	49	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Los potenciales turistas se encuentran en la disposición de visitar el municipio si se les presenta una oferta turística.

19-¿Considera que el turismo es una buena fuente de desarrollo para las comunidades?

Cuadro N°142

Desarrollo para las Comunidades	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	49	100%
Total	49	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios: Los turistas de montaña comparten la opinión en su totalidad que el turismo es una buena fuente de desarrollo para las comunidades de nuestro país sobre todo porque contribuye a activar la economía, el desarrollo humano y el aprovechamiento de recursos

20-¿Considera que el turismo es una fuente de empleo para los habitantes de las comunidades?

Cuadro N°143

Fuente de Empleo	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	49	100%
Total	49	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Los turistas consideran que el turismo promueve la generación de empleos en los lugares donde se implementa, debido a que los habitantes de las comunidades realizan actividades emprendedoras tales como venta de comida y artesanías, esto dinamiza la economía.

21-¿Adquiere las diferentes artesanías que se elaboran en los sitios turísticos?

Cuadro N°144

Compra de Artesanías	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	28	57%
A veces	21	43%
Total	49	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: La mayoría de turistas adquieren las artesanías que los lugareños o vendedores que vienen de diferentes sitios, un buen porcentaje indicó que a veces adquieren suvenires u otros productos que se elaboran en los lugares que visitan.

22-¿Consume los diferentes platillos típicos que se cocinan en los sitios turísticos?

Cuadro N°145

Compra de Platillos Típicos	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	42	86%
A veces	7	14%
Total	49	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Los turistas indican en su mayoría que al visitar los lugares que toman como destino aprovechan para poder consumir comidas típicas y algunas comidas exóticas de la zona, un pequeño porcentaje mencionó que lo hace en ocasiones.

23-Si su respuesta fue positiva ¿Cuáles ha probado?

Cuadro N°146

Platillos Típicos	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Atol	36	71%
Nuégados	7	14%
Sopa de Gallina	7	14%
Tamales de Elote	7	14%
Yuca Frita	28	57%
Pastelitos	14	29%
Churrasco	7	14%
Pupusas	35	71%
Porcentaje total con base al número de personas encuestadas. (42)		

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios: Los turistas aprovechan sus visitas a los diferentes lugares para consumir los diferentes platillos típicos de nuestro país, entre sus preferidos están las pupusas, atoles, yuca frita, otros platillos se mencionaron con porcentajes similares.

24-Si su visita es por más de un día ¿Dónde le gustaría hospedarse?

Cuadro N°147

Hospedaje	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Hostales	2	4 %
Cabaña	40	82%
Tienda de Acampar	7	14%
Total	49	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios: Según las preferencias de los turistas al momento de hospedarse en los diferentes sitios turísticos prefieren hacerlo en cabañas, otros pequeños porcentajes de encuestados mencionaron que prefieren tiendas de acampar y hostales.

25-¿Cuánto gasta en promedio por persona cada vez que visita un sitio turístico?

Cuadro N°148

Gasto Promedio	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
\$20 a \$30	7	14%
\$15 a \$20	30	61%
\$5 a \$15	12	25%
Total	49	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentarios: El gasto promedio de la mayoría de turistas cada vez que visitan sus destinos es de \$15 a \$20 por persona, en los que se incluye la alimentación, transporte y otros gastos particulares en entretenimiento y suvenires.

26-¿Considera que es importante que las comunidades aprovechen sus recursos naturales para poder crear proyectos turísticos?

Cuadro N°149

Aprovechar los Recursos	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	49	100%
Total	49	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Los turistas consideran que las comunidades deben aprovechar sus recursos naturales como buen clima, panorama, paisajes, flora, fauna entre otros elementos para poder generar diferentes opciones turísticas y generar desarrollo.

27-¿Le gustaría visitar una finca cafetalera que posea un enfoque de agroturismo?

Cuadro N°150

Visitar Finca	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	49	100%
Total	49	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: En su totalidad los turistas mencionaron que les gustaría la idea de poder visitar una finca cafetalera con enfoque al agroturismo, opinaron que es una idea novedosa sobre todo en la zona oriental en la que es notoria la ausencia de complejos turísticos de este tipo.

28-En las instalaciones de fincas enfocadas al agroturismo se realizan diversas actividades, ¿Cuáles de las siguientes actividades le gustaría realizar?

Cuadro N°151

Actividades	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Bicimontaña	21	43%
Caminatas al aire libre	35	71%
Escalada	7	14%
Degustaciones de café	21	43%
Paseo a Caballo	21	43%
Café -Restaurante	14	28%
Porcentaje total en base a número de personas encuestadas. (49)		

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Los turistas de montaña mencionaron que dentro de las actividades de sus preferencias al visitar complejos turísticos de montaña están los paseos en bicicletas, caminatas al aire libre, degustaciones de café y paseos a caballo, actividades que les gustaría practicar.

29-¿Teniendo en cuenta todas las actividades y servicios en una finca se quedaría más de un día en una finca cafetalera?

Cuadro N°152

Estadía	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	43	87%
No	6	13%
Total	49	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: La mayoría de encuestados mencionan que prefieren tener más de un día de estadía en una finca cafetalera enfocada al agroturismo al parecerles atractiva la idea por la naturaleza del lugar.

30-Si su respuesta fue positiva ¿Cuánto tiempo se quedaría?

Cuadro N°153

Tiempo de Estadía	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Una Noche	31	63%
Dos Noches-Tres Días	6	12%
Dos Días	21	43%
Un Día	7	14%
Porcentaje total en base a número de personas encuestadas. (43)		

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Los turistas mencionan en su mayoría que les gustaría quedarse durante una noche en una finca cafetalera enfocada al agroturismo, otro porcentaje amplio menciona que preferiría quedarse 2 días tomando en cuenta las condiciones del lugar.

31-¿Con que frecuencia realiza visitas que duran más de un día?

Cuadro N°154

Tiempo de Estadía	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Una vez al año	25	58%
Una vez al mes	15	34%
Una vez a la semana	3	8%
Porcentaje en base a número de personas encuestadas. (43)		

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Los turistas que se alojan por más de un día en los centros turísticos que visitan manifiestan que realizan estas visitas en su mayoría una vez al año, otros mencionan que lo hacen mensualmente y en una pequeña cantidad lo hacen a la semana.

32-¿En un café – Restaurante ubicado en una finca cafetalera, qué platillos le gustaría que se sirvieran?

Cuadro N°155

Platillos	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Pan Dulce Típico	14	28%
Frozens de Café	15	30%
Café Gourmet	30	62%
Postres Gourmet	10	20%
Comida típica	12	24%
Porcentaje total en base a número de personas encuestadas. (49)		

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Los turistas de montaña mencionan que prefieren en un restaurante café les gustaría poder consumir diferentes tipos de café gourmet, calientes y fríos, también pan dulce típico y un porcentaje menor mencionó postres y comidas típicas.

33- ¿Estaría interesado en adquirir un paquete turístico?

Cuadro N°156

Interés	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	42	86%
No	7	14%
Total	49	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: La mayoría de personas encuestadas, mencionaron que les gustaría tener la opción de adquirir un paquete turístico, que incluya hospedaje, alimentación y una serie de actividades que resulten llamativas para ellos a precios cómodos.

34-Si su respuesta fue positiva ¿Qué le gustaría que incluyera?

Cuadro N°157

Elementos	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Juegos de aventura	34	69%
Hospedaje	26	53%
Alimentación	37	76%
Tour a los diferentes municipios del norte de Morazán	32	83%
Porcentaje total en base a número de personas encuestadas. (42)		

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Según las preferencias de las personas encuestadas les gustaría que se pudieran incluir en un paquete turístico diferentes actividades, se menciona especialmente la alimentación, juegos de aventura y tours por los diferentes sitios de la zona norte de Morazán, esto les motivaría a poder realizar la adquisición de estos paquetes.

35- ¿Considera importante la capacitación constante de los empleados de los diferentes sitios que ofrecen servicios turísticos?

Cuadro N°158

Capacitación	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	49	100%
Total	49	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Los turistas encuestados mencionan que es muy importante que los empleados de los diferentes sitios turísticos se capaciten constantemente para brindar un mejor servicio, eficaz, amable y eficiente para poder generar comodidad a sus clientes.

36- ¿Considera importante que los empleados de los diferentes sitios turísticos cuenten con las capacidades necesarias para atender a los turistas extranjeros?

Cuadro N°159

Capacidad Necesaria	Frecuencia Relativa	Frecuencia Absoluta
Si	49	100%
Total	49	100%

Fuente: Elaboración propia.

Comentario: Los turistas de montaña opinan que los empleados de los diferentes negocios establecidos en sitios turísticos deben capacitarse para poder atender clientes provenientes del extranjero, haciendo énfasis en la amabilidad y manejo del idioma inglés, esto les traerá ventajas, generando una buena impresión y que su negocio sea una referencia para personas que vienen del extranjero.

4.4 CONCLUSIONES.

4.4.1 COMUNIDAD RURAL ORGANIZADA.

La comunidad del cantón La Montañita, en conjunto con la cooperativa, trabajan de una manera en la que los aspectos organizacionales son su base fundamental, para elaborar proyectos que beneficien a ambos lados, tales como generación de empleos, colaboración en actividades de esparcimiento, distribución de agua potable y promoción de servicios de salud para la comunidad.

Tanto la Asociación de Desarrollo Comunitario (ADESCO), y la junta directiva de la cooperativa, cuentan con una organización definida. Ambas organizaciones han generado proyectos que ayudan a proporcionar servicios básicos como energía eléctrica, agua potable y promoción de la salud pública.

4.4.2 FORMACIÓN DE LAS CAPACIDADES PARA LOS HABITANTES.

Los habitantes de la comunidad no reciben incentivo alguno de parte de la ADESCO o la Cooperativa para poder desarrollarse, más allá de la educación que proporciona el gobierno central como derecho; teniendo en cuenta que la ADESCO es la principal responsable de impulsar ese tipo de cambios en los habitantes.

Si a lo anterior le agregamos que las personas de la comunidad sienten el deseo de poder aprender nuevos oficios o perfeccionar lo que ya saben y lo que hasta hoy han aprendido es por transmisión generacional, en algunos casos les gustaría optar por un nivel de educación media, y los que piensan más en grande quisieran optar por estudios técnicos y/o superiores, pero todas estas personas se topan con la limitante de no tener las oportunidades para poder llevar a cabo dichos proyectos personales.

4.4.3 MEJORA EN LA PRODUCTIVIDAD LOCAL.

Los recursos con los que cuenta la zona son bastante diversos, pero no son bien utilizados por la comunidad, no se preocupan por cuidar y explotar constructivamente los que se tienen. Por otro lado la Cooperativa opta por preservarlos debido a la actividad a la que se dedican, los recursos naturales son su principal eje productivo; por cual cuentan con áreas protegidas para cuidar la flora y la fauna de lugar.

Debido a que la mayor fuente de empleo de los habitantes es la Cooperativa, se puede decir que cuentan con un producto de calidad orgánica por el sello Rain Forest el cual certifica sus productos, a su vez, vela por la protección de los recursos utilizados y genera una cultura que ayuda a reactivar la forestación y cuidado de los mismos, además de poder vender un café de calidad a la Cooperativa Cafetalera de Ciudad Barrios para poder ser exportado.

4.4.4 DIVERSIFICACIÓN DE LAS FUENTES DE INGRESO.

Dentro de las actividades que realiza la ADESCO para poder generar ingresos que ayuden a la comunidad, se encuentran ventas de comidas, llevan a cabo rifas y encuentros deportivos de manera periódica. No existe una diversificación de cultivos debido a la falta de información en los cuidados que deben de tener. La Cooperativa realiza diversificación de cultivos a pequeña escala.

Dentro de la comunidad es relativamente poca la generación de empleo informal, debido a que la principal fuente de empleo en la zona es lo que genera la Cooperativa en tiempo de temporada de cosecha del café, y luego cada habitante opta por sus propios medios buscar el sustento diario.

4.4.5 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

La comunidad se encuentra en una categoría de servicios básicos, es decir solo para suplir las necesidades primordiales de dichas personas; pero se percibe la necesidad de implementar otros servicios que con el avance de la sociedad, se han convertido hasta cierto punto necesarios para el desarrollo de las comunidades.

No cuenta con servicio de internet, obligando a estudiantes y personas que necesitan este servicio a desplazarse a lugares como el centro de Osicala. Esto causa un problema de difícil acceso a la información generando un lento desarrollo educacional y tecnológico.

Hay ausencia de servicio de aguas negras, esto genera inconvenientes con respecto a la salud; ya que se le da un tratamiento ambiguo a los desechos, permitiendo un posible foco de infección en la comunidad, y quienes sufren la peor parte son los niños.

Se considera de difícil acceso, debido a su posición y elevación geográfica, solo motocicletas, camiones, automóviles de doble tracción pueden subir hasta el Cantón la Montañita. Esto causa una disminución de visitantes al lugar. En la comunidad se observa un nivel organizado básico, están inscritos como ADESCO con los requerimientos mínimos. Están en proceso de desarrollo gestionando relaciones con otras ADESCOS similares, Entidades que ayuden al desarrollo comunal, Entidades financieras, Organizaciones no Gubernamentales.

Debido a que tienen la figura de ADESCO la comunidad tiene por obligación establecer procesos democráticos definidos para el funcionamiento de la entidad.

Estos son establecidos y regulados en el Código Municipal; los cuales son ejecutados de manera correcta por sus integrantes. Estos les dan la habilidad como entidad de tener sus procesos delimitados y programados, logrando la participación, opinión de todos los miembros.

4.4.6 APROVECHAMIENTO DEL MEDIO AMBIENTE, RECURSOS SOCIALES Y CULTURALES.

El cerro de Cacahuatique se encuentra a 1,500 metros sobre el nivel del mar, dándole así un clima fresco, un paisaje deslumbrante, diversidad de flora y fauna. La diversidad de tipos de plantas es amplia, a tal grado que la Cooperativa decidió decretar una zona restringida para poder proteger dicho elemento único; lo cual está ligado a su fauna. Ya que por su variedad de flora, esto atrae o permite generar un ecosistema a una gran variedad de animales, hasta cierto punto en peligro de extinción.

La comunidad es limitada con respecto a sus costumbres y tradiciones. No tiene variedad con respecto a este elemento. Si realizan actividades que vienen de generación en generación; pero en su mayoría son netamente religiosas.

La historia de la comunidad está basada en hechos muy difíciles, como elemento principal la Guerra Civil que tuvo nuestro país; teniendo alto grado de actividad en dicha localidad. Esto generó una historia llena de recuerdos no muy gratos y tristes para los habitantes. Pero siendo un pueblo con voluntad fuerte lograron superar dicha situación hasta el día de hoy.

4.4.7 AMPLIACIÓN DE LAS OPCIONES ECONÓMICAS.

Tanto los habitantes de la comunidad como los miembros de la Cooperativa San Carlos optan por cuidar los recursos naturales con los que cuentan, sin embargo el poder hacer uso de manera sostenible de los mismos contribuye al desarrollo local en las comunidades.

La producción de alimentos como los platillos típicos son comunes en la zona, tamales, panes con pollo pupusas entre otros, preparados con cultivos y frutos del lugar. El cultivo del café que produce la cooperativa se realiza con procesos sostenibles con el medio ambiente lo que garantiza su calidad orgánica.

Muchos de los habitantes desean poder emprender un negocio que le genere ingresos adicionales a los que ya tienen con sus actividades económicas, sin embargo pocos tienen idea de cómo llevar a cabo estos proyectos ya que no cuentan con la asesoría técnica adecuada a pesar de conocer diferentes oficios.

4.4.8 ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO COMUNAL.

No se cuenta con una estrategia definida de parte de la ADESCO para impulsar el desarrollo de la comunidad del Cantón Las Montañitas, la Cooperativa tiene ciertas políticas en pro del desarrollo local de la zona, una de ellas es la contratación de los habitantes en época de cosecha y temporada de recolección.

El cultivo del maíz, frijoles, café y otras hortalizas se vuelve parte de las actividades económicas de muchos de los habitantes de la zona tanto para el consumo propio como para la venta a particulares, existe el deseo de poder diversificar los cultivos y reactivar el agro en la comunidad.

No obstante la falta de asesoría técnica y supervisión para nuevos cultivos tales como cacao, henequén, guayabas entre otros impide que un proyecto de fortalecimiento de actividades agrícolas en la comunidad y en la cooperativa se ejecute.

4.4.9 AGROTURISMO.

El agroturismo es una novedosa estrategia para el desarrollo de las comunidades que cuentan con los recursos naturales para poder implementarlos, esta nueva

modalidad de turismo requiere que exista actividad agroindustrial en el lugar donde se desarrollará.

El turista nacional está interesado en la participación en actividades propias de la explotación agropecuaria así como de participar en actividades que les permitan disfrutar de la naturaleza del lugar que visitan y realizar caminatas, degustaciones de productos y hospedarse.

Entre las múltiples actividades relacionadas con el turismo están las producciones de artesanías de tradición local, la producción de productos hortofrutícolas, elaboración de comidas típicas, en general, la posibilidad de apertura del mundo rural para ser conocido en todas sus expresiones.

Así mismo, es una actividad que integra a toda la familia en la comunidad y resguarda sus costumbres y tradiciones. La idea es que la agricultura familiar campesina tenga nuevas alternativas de negocio a través de las cuales pueda complementar y/o ampliar sus opciones económicas.

En lo que respecta a su vertiente económica, además de la cifra de negocios correspondiente a conceptos tales como alojamiento, restaurante, actividades de ocio, hay que destacar otros aspectos beneficiosos como:

- Mejorar los servicios básicos que se brindan en una comunidad.
- Mejorar organizaciones de la comunidad en cuanto a sus diferentes asociaciones.
- Toma de decisiones democráticas en beneficio de la comunidad.
- Aprovechar sus recursos tales como flora, fauna, clima, paisaje entre otros.
- La reactivación de la economía de la comunidad.
- Comercialización directa de los productos agroalimentarios y artesanos.

- Reconocimiento del papel de la mujer en el medio rural.
- La dignificación del papel del agricultor en la sociedad.
- Intercambio cultural-urbano.
- Trasmisión real, objetiva, natural de la realidad socio política cultural de esta sociedad.

Se consideran en forma interrelacionada, los tres focos de análisis: segmentos de turistas, cooperativa de actividad agroindustrial y localidades rurales con potencial turístico.

El desarrollo de actividades en el área agroturística se plantea en forma complementaria o bien alternativa a la agricultura en zonas rurales que no poseen una clara solución agrícola o de desarrollo local y para diversificar las actividades de los entes económicos que se dedican a la agroindustria y generar el desarrollo de la comunidad y a los habitantes de la misma.

4.4.10 DESARROLLO LOCAL.

El concepto de desarrollo local es amplio, abarca muchos puntos de trabajo. Pero quienes son los encargados ponerlo en marcha es la comunidad; ellas son las que junto a varios elementos logran una sinergia para alcanzar un objetivo específico “Desarrollo Local”.

El nivel de organización de la Comunidad es importante. Sin importar que sea un nivel básico; es un requisito para poner en marcha el Desarrollo Local. Ya que así podrán incluir en lo posible a sus habitantes y las personas que conformar la ADESCO son los encargados de crear, programar, distribuir actividades que

permitan poner en marcha el desarrollo de la comunidad. Ya que en conjunto podrán detectar los problemas que hay en la comunidad, dándoles un seguimiento y poder darle una solución a mediano o largo plazo.

Les permitirá crear lazos entre instituciones públicas, privadas, organizaciones no gubernamentales, incluso grupos pequeños que se dedican al apoyo de comunidades. Esto les genera una facilidad para obtener ayuda; aunque en la mayoría de los casos no es de tipo económico, el apoyo para el desarrollo humano; esto les permite a los habitantes aprender nuevas técnicas para implementarlas en sus oficios y mejorar sus habilidades. También podrán aprender nuevas actividades económicas utilizando los elementos de su entorno.

Al momento que las personas de la comunidad perfeccionan hasta cierto punto sus habilidades o aprenden una actividad que les permita transformar insumos a un producto terminado, que puedan venderlo internamente o llevarlo a vender a otros lugares; esto dará como resultado un impacto en la productividad local. Las personas que ya tenían algún tipo de negocio o actividad productiva podrán mejorar su nivel productivo ya que tendrá el conocimiento y capacidad de desarrollarse como ente productivo; ampliarlo, diversificarlo o incluso crear uno nuevo.

Al crear un nuevo negocio o actividad productiva, se genera una diversificación de ingresos. Dado los elementos que rodean la comunidad como el medio ambiente; les permite sembrar distintos tipos de cultivo, crianza de varios tipos de animales; distintos tipos de alimentos, artesanía entre otros elementos. Esto les permitirá combatir la fracturada economía que tiene el país, mejorar las condiciones de las personas que se dedican a la agricultura, haciendo posible no solo depender de la agricultura para subsistir, y crear múltiples ingresos a las familias de la comunidad.

4.5 RECOMENDACIONES.

4.5.1 COMUNIDAD RURAL ORGANIZADA.

Se recomienda que la Cooperativa y la ADESCO continúen trabajando en conjunto para desarrollar proyectos que mejoren la calidad de vida de los habitantes de la comunidad.

Así como también, fortalecer los procesos administrativos de cada una de las organizaciones, en especial los de la ADESCO, poder asociar e involucrar a más personas para consolidar su estructura organizativa y realizar una mejor planeación, dirección, ejecución y control de sus actividades.

4.5.2 FORMACIÓN DE CAPACIDADES PARA LOS HABITANTES.

En función de los hallazgos, se recomienda poder formar capacidades en diferentes oficios a los habitantes de la comunidad que deseen superarse, también compartir sus conocimientos y costumbres, esto con el fin de adquirir capacidades que contribuyan a su desarrollo personal y a poseer una actividad económica definida que permita generar mayores ingresos y mejorar su calidad de vida.

Tanto Cooperativa como ADESCO deben promover la formación profesional en los habitantes de la comunidad, se cuenta con la escuela hasta noveno grado sin embargo será de beneficio gestionar becas con la alcaldía de Osicala u otras ONG's a fin de que estas personas puedan terminar sus estudios a nivel universitario o técnico.

También poder gestionar con las entidades correspondientes las capacitaciones técnicas para que se puedan aprender diferentes oficios en la comunidad tales

como: cosmetología, electricista, carpintería, panificación, cocina entre otros y a los empleados de la Cooperativa capacitarles al menos de forma trimestral.

4.5.3 MEJORA EN LA PRODUCTIVIDAD LOCAL.

Para que una comunidad alcance el desarrollo local se hace sumamente necesario incrementar la productividad de sus habitantes, para ello deben aprovechar las condiciones naturales que presenta el Cantón La Montañita, el buen clima, los suelos fértiles entre otros y utilizar eficientemente estos recursos para poder generar ingresos para sus familias.

Continuar con el cultivo de frutas y hortalizas que se utilizan para la venta y consumo personal, obteniendo la capacitación y asesoría técnica para ampliar las oportunidades de proveer a comerciales, tiendas o supermercados y convertirse en una comunidad productiva.

Que la cooperativa continúe con la producción de café de manera sostenible con el medio ambiente y conservar su certificación internacional, la actividad agroindustrial de la cooperativa es sumamente importante para la economía de la zona, es por ello que deben velar por alcanzar la meta de quintales oro producidos por año según la planeación y someter los procesos productivos a una mejora continua.

4.5.4 DIVERSIFICACIÓN DE LAS FUENTES DE INGRESO.

Debido a que la diversificación de los ingresos en las comunidades incide en gran medida en el desarrollo económico de las mismas se recomienda que se sigan

desarrollando actividades en la comunidad que permitan generar nuevos ingresos para sus habitantes.

Que pueda realizarse una diversificación de los cultivos que permita fortalecer la actividad agraria y la implementación de micros y pequeñas empresas en la comunidad que ofrezcan diferentes productos y servicios para el consumo de sus habitantes y de potenciales visitantes.

También, es menester que la Cooperativa pueda implementar un nuevo rubro que contribuya a diversificar sus fuentes de ingresos y fortalecer sus finanzas, de esta manera también se generaran nuevas fuentes de empleo para los habitantes de la comunidad.

Para que se pueda implementar un proyecto que permita la diversificación de ingresos es importante que todos los entes involucrados trabajen en conjunto, se planifique de manera estratégica, se establezcan contactos con entidades y organismos gubernamentales para obtener el apoyo técnico y económico necesario, en pro del beneficio para la comunidad y para la cooperativa.

4.5.5 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.

En el ámbito en el que se desarrolla la ADESCO y la Cooperativa, es necesario poner en desarrollo la mejora de los servicios básicos ofrecidos en la comunidad,

para poder llevar mejores condiciones de vida a la comunidad para los habitantes; como puede ser un suministro de agua potable más organizado, acceso a tuberías de aguas negras, tomando en cuenta que son de los más esenciales para la comunidad.

Dentro de las ADESCO se necesita elaborar de manera escrita y bien definida los procesos para la toma de decisiones con el fin de asegurar que se realicen de la manera más democrática posible, teniendo en cuenta la opinión de todos los sectores de la comunidad. La Cooperativa necesita mejorar los sistemas democráticos con el fin de poder incluir a todos los socios y que estos se sientan incluidos.

Tanto la ADESCO como la Cooperativa necesitan mejorar su organización, la ADESCO en materia de formalidad de los procesos organizacionales que lleva a cabo de manera que no hayan ambigüedades en su ejecución, por su parte la Cooperativa tiene la necesidad de vigilar que los procesos administrativos y cada uno de sus cargos sean realizados de la manera en que se encuentran estipulados.

4.5.6 APROVECHAMIENTO DEL MEDIO AMBIENTE, RECURSOS SOCIALES Y CULTURALES.

Se recomienda que la ADESCO y la Cooperativa trabajen en conjunto, y promover campañas para enseñar a las personas las costumbres o tradiciones que se han perdido a través del tiempo en la comunidad; ya que esto forma parte importante

de la identidad étnica del lugar y es una riqueza cultural la cual debe ser aprovechada por todos los habitantes.

De igual manera la Cooperativa y la ADESCO deben de luchar por la riqueza histórica del lugar para que no se pierda si no que se conserve, aunque esta muchas veces no sea bien recibida por los habitantes, pero las personas están deseosas de poder conocer su historia; por dicha razón es necesario llevar a cabo proyectos en los cuales se pueda recolectar la información de los hechos históricos del lugar para que se encuentre al alcance de las personas que buscan como enriquecer su aprendizaje histórico.

Tanto ADESCO y Cooperativa es tan en el deber de dar a los habitantes información sobre como explotar los recursos naturales con los que cuentan, cuidándoles y velar de que sean regenerados para poder mantener el ecosistema balanceado y no dañar ni intervenir en aspectos como la flora, fauna y clima del lugar.

4.5.7 AMPLIAR OPCIONES ECONÓMICAS.

Teniendo en cuenta la crisis económica que actualmente existe en nuestro país, y que afecta a los sectores con menos recursos productivos se vuelve importante que los miembros de Comunidad del Cantón la Montañita tengan una oportunidad de mejorar su posición económica se recomienda amplíen sus opciones económicas.

La comunidad cuenta con recursos determinados por la posición geográfica. Esto le da elementos muy importantes que podrán explotar; medio ambiente, naturaleza, clima entre otros; les permitirá crear una oferta turística atractiva para los turistas de montaña.

Deberán organizarse para analizar, detectar, y agrupar los elementos necesarios para que posteriormente busquen las entidades competentes que valoren sus elementos y así empezar a organizarse. Necesitarán apoyarse de entes que les ayuden a instruirlos; tales como entidades gubernamentales u otras organizaciones sin fines de lucro que se especializan en dicho rubro, ya que es un proceso un poco complejo adecuar una comunidad para convertirla en una oferta turística.

Se debe empezar a trabajar desde el actor más importante los miembros de la comunidad, capacitarse y formar una actitud emprendedora, que sepa aprovechar los recursos que tiene a la mano, y que vea una oportunidad de negocio en cada necesidad que observe. Que se organice y se formalice, cree micro o medianas empresas y de empleo a los miembros de la comunidad.

4.5.8 ESTRATEGIA PARA DESARROLLO DE LAS ÁREAS RURALES.

Un elemento importante en toda actividad económica es el capital social, es la fuerza motora que logra la productividad, por ende se necesita tener el mejor personal. Como estrategia para el desarrollo se debe mantener una mejora constante, empezar desde cero si es posible para darle una formación sólida,

capacitar constantemente en las áreas relacionadas con el Desarrollo en Áreas Rurales, darles los elementos necesarios para que pueda trabajar por si solos y generar mejoraras significantes.

En el cantón la Montañita, por tradición la agricultura ha sido la actividad que genera los ingresos de las familias de la comunidad. Se debe fortalecer esta actividad, ya que se cuenta con el recurso de tierras de altura, dando la capacidad de fortalecer la agricultura. Ya sea por medio de capacitaciones de nuevas técnicas de siembra, implementación de equipos, diversificar los cultivos en base a las capacidades de la tierra.

Esto da el beneficio de creación de nuevos empleos en la comunidad, personas que antes solo era negocio familiar podría ampliar su personal, o incluso generar pequeños empleo informal.

4.5.9 RECOMENDACIÓN GENERAL DESARROLLO LOCAL Y AGROTURISMO.

Es de suma importancia, la creación clara y concisa de todos los elementos de la planeación, la motivación y el trabajo en conjunto de la Cooperativa y la ADESCO para emplear acciones previamente establecidas que conlleven a la realización de un objetivo común; el cual es la utilización máxima de los recursos naturales disponibles para la actividad agroturística.

Asimismo, la forma de acercar el producto agroturístico a las personas se hará a través de radio, televisión e internet, de acuerdo a la preferencia de los turistas,

porque así se logra la obtener la atención, desarrollar el interés, provocar el deseo y mover a la acción.

Cabe recalcar que en la satisfacción existente entre las partes involucradas, juega un papel importante que haya un intercambio de beneficios, lo cual se realiza a través de la percepción de productos y/o servicios de calidad por parte de los turistas, esto se puede lograr enriqueciendo el capital humano con capacitaciones en atención al cliente, servicios turísticos y fortalecerlo con en el conocimiento histórico y cultural de la comunidad, como consecuencia de esto se podrá obtener la generación de ingresos y nuevos mercados por parte de la comunidad.

Para la realización de lo descrito se hace necesario, establecer contactos con entidades financieras que ofrezcan prestamos verdes con las mejores tasas de interés disponibles, para que la Cooperativa con ayuda de la ADESCO puedan echar a andar este proyecto, para que pueda afectar de manera positiva y directa el desarrollo local de la comunidad y pueda subsanar de alguna manera la situación financiera de la Cooperativa.

CAPITULO 5: PROYECTO DE AGROTURISMO EN LA COOPERATIVA CAFETALERA “SAN CARLOS DOS” DE RL, COMO FUENTE DE DESARROLLO LOCAL.

5.1. OBJETIVOS.

5.1.1 OBJETIVO GENERAL.

- Impulsar el Turismo de Montaña a través del Agroturismo en la Cooperativa Cafetalera San Carlos Dos de R.L. situada en el Cantón la Montañita, Municipio de Osicala.

5.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Mejorar los servicios básicos de la comunidad, para crear una nueva oferta turística.
- Velar por la mejora continua de las capacidades de los habitantes.
- Generar polivalencia laboral en los habitantes de la comunidad.
- Generar prácticas amigables con el medio ambiente, mediante el aprovechamiento de los recursos naturales.
- Concebir un encadenamiento productivo en la comunidad que permita elaborar productos de calidad.
- Establecer nuevas fuentes de empleo. (Microempresas)
- Ampliar las opciones económicas para los habitantes de la comunidad.

5.2 ASPECTOS BIOFÍSICOS.

5.2.1 MACROLOCALIZACIÓN.

Para determinar la localización óptima del proyecto es necesario hacer un previo análisis a nivel macro, para ir descartando localidades y elegir la que más se adapte a las necesidades y requerimientos para desarrollar el proyecto. Como se ha definido anteriormente el proyecto se desarrollará en El Salvador; país que cuenta con una variedad de características que varían en cada uno de sus catorce departamentos, por lo que es necesario recabar dentro de cada uno de estos departamentos para elegir el más conveniente que podrá albergar el desarrollo del proyecto. Para el desarrollo de la macrolocalización se investigaron las características en cada uno de los departamentos de mayor capacidad de producción cafetalera dentro de las tres áreas geográficas; occidental, central y oriental. La temperatura es variable en cada una de las zonas y esta oscila en promedio entre los 18 y 33°C 150.

ZONA OCCIDENTAL

1. Departamento de Santa Ana.

Santa Ana posee una extensión territorial de 2,008.35 Km² correspondiendo al área rural 2,023.17 Km² y al área urbana 14.82 Km² El Departamento de Santa Ana es de los principales productores de café a nivel nacional, a su vez es productor de cereales, y caña de azúcar; se dedica al comercio, la crianza de ganado y la explotación de cal, cobre, hierro y zinc. En este departamento también se produce cemento. Temperatura Anual Promedio: 22.7°C

2. Departamento de Ahuachapán.

Ahuachapán posee una extensión territorial de 1,239.60 Km² correspondiendo al área rural 1,234.24 Km² y al área urbana 5.36 Km². El departamento de Ahuachapán en el Occidente del país es uno de los principales productores de café a nivel nacional, a su vez, es productor de granos básicos, café y caña de azúcar; genera energía eléctrica; y también se dedica al comercio, turismo, la crianza de ganado, la producción láctea, la explotación salina y los manglares y, la elaboración de productos de arcilla. Temperatura Anual Promedio: 22.9°C

3. Departamento de Sonsonate.

Sonsonate posee una extensión territorial de 1,225.77 Km² correspondiendo al área rural 1,218.99 Km² y al área urbana 6.78 Km². El Departamento de Sonsonate produce café, coco, bálsamo; y se dedica a la ganadería, el comercio, la pesca y la actividad portuaria generada en el principal puerto del país, Acajutla. Temperatura Anual Promedio: 26.7°C

ZONA CENTRAL

1. Departamento de Chalatenango.

Chalatenango posee una extensión territorial de 1,985.74 Km² correspondiendo al área rural 1,979.78 Km² y al área urbana 5.96 Km². Chalatenango produce café, hortalizas, cereales, ganado y aves de corral; se dedica a la pesca de manutención, explotación de cal y, genera energía eléctrica. Temperatura Anual Promedio: 18.5°C.

2. Departamento de La Libertad.

La Libertad posee una extensión territorial de 1,652.88 Km² correspondiendo al área rural 1,644.17 Km² y al área urbana 8.71 Km² El Departamento de La Libertad es productor de granos básicos, caña de azúcar, tabaco, café, algodón, cocoteros y bálsamo; posee plantas fundidoras de metal y manufacturas de muebles tejidos, velas, jabón, hule, cuero y fósforos. Además de la explotación de la pesca artesanal e industria turística. Temperatura Anual Promedio: 21.8°C.

3. Departamento de San Salvador.

San Salvador posee una extensión territorial de 886.15 Km² correspondiendo al área rural 831.90 Km² y al área urbana 27.11 Km² El Departamento de San Salvador es productor de cereales, frijol, caña de azúcar, frutas, tabaco, jícama y semillas oleaginosas; se dedica a la fabricación de productos alimenticios, bebidas gaseosas, productos farmacéuticos y por ser la capital se caracteriza por la alta concentración de diferentes actividades comerciales, financieras e industriales. Temperatura Anual Promedio: 22.9°C

4. Departamento de San Vicente

San Vicente posee una extensión territorial de 1,184 .02 Km² correspondiendo al área rural 1,179.84 Km² y al área urbana 27.11 Km² El Departamento de San Vicente es productor de caña de azúcar, maíz, frijol, arroz, maicillo, café y algodón; dedicado también a la crianza de ganado vacuno-bovino, caballar, porcino y mular; así como también de aves de corral. La industria azucarera cuenta con el ingenio Jiboa. Temperatura Anual promedio: 25.0°C.

ZONA ORIENTAL

1. Departamento de San Miguel.

San Miguel posee una extensión territorial de 2,077.10 Km² correspondiendo al área rural 2,049.99 Km² y al área urbana 27.11 Km². El Departamento de San Miguel es productor de granos básicos, tabaco, frutas cítricas, café, algodón, henequén, hortalizas, tule, maguey y pastos; se observa además la crianza de ganado y aves de corral; es fabricante de productos alimenticios, químicos, aceites vegetales, orfebrería y fertilizantes; dedicado también a la industria azucarera para lo cual cuenta con el ingenio Chaparrastique. Temperatura Anual Promedio: 27°C.

2. Departamento de Morazán.

Morazán comprende un territorio de 1 447 km² correspondiendo al área rural 1387.24 km² y al área urbana 59,76 km², en el departamento los tipos de cultivos que más se producen son productos de carácter agrícola, enfatizado más en el henequén y el café, dado las ventajas proporcionadas por la altura la cual es de 255 metros sobre el nivel del mar (msnm), teniendo este una temperatura anual promedio de 24° centígrados.

5.2.2 MICROLOCALIZACIÓN.

5.2.2.1. SELECCIÓN DEL TERRENO.

La ubicación que tendrá el proyecto a realizar es en cerro Cacahuatique, perteneciente al municipio de Osicala y Yamabal, departamento de Morazán, con una Latitud: 13.7667 grados y Longitud de: -88.2167

5.2.2.2. POSICIÓN GEOGRÁFICA.

La cordillera o cerro Cacahuatique está ubicada en la parte media del departamento de Morazán en la República de El Salvador, También se conoce con el nombre de Corobán, el cerro del mismo nombre tiene una altura de 1 663 Metros sobre nivel del mar (msnm). Cacahuatique significa Cordillera de los Cacahuatales o "cerro de las huertas de cacao", siendo las voces que integran esta palabra las siguientes: cacahuat, huerta de cacao (vocablo prestado a los idiomas maya - quiché y nahoa); y tique, cerro, sufijo de lugar.

Esta es una zona de gran importancia para las poblaciones periféricas, porque en ella se originan las fuentes que proveen a una parte significativa de los sistemas de agua para diversos usos.

Durante mucho tiempo la actividad económica principal de la zona fue la caficultura y la ganadería. Con la caída de los precios del café, muchas fincas cafetaleras han disminuido sus actividades, algunas incluso han sido dejadas en el abandono y la cubierta de cafetal está siendo eliminada paulatinamente para dedicar la tierra a otros usos.

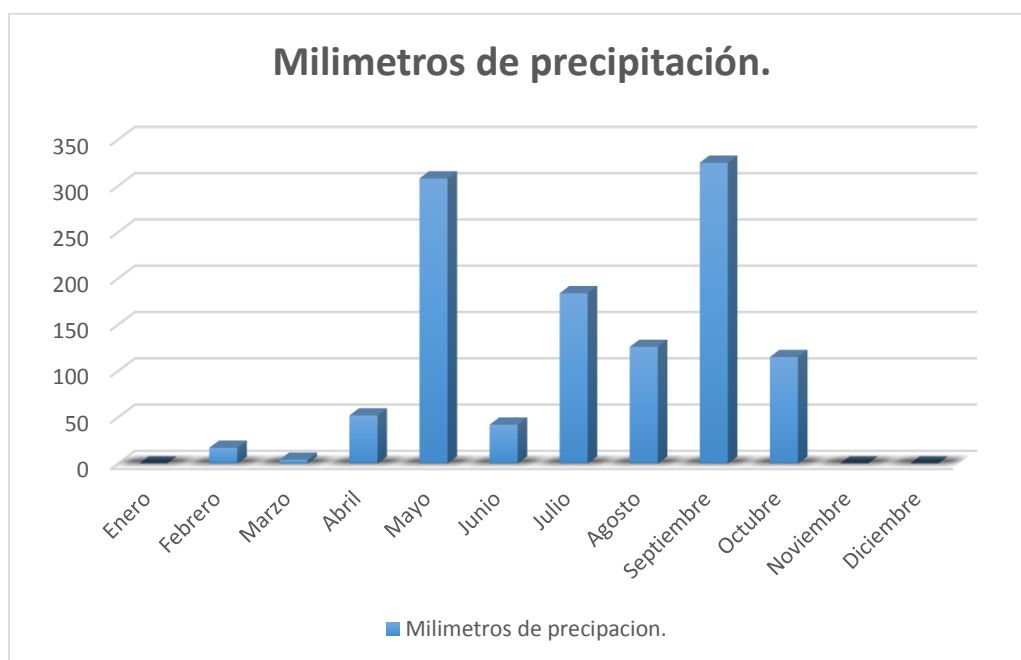
5.2.3 CLIMA.

Sus estaciones son dos, como en el resto del territorio nacional y se dan de la siguiente manera:

- Estación Seca: entre los meses de octubre a mayo.
- Estación Lluviosa: de mayo a octubre. La cantidad de lluvia es aproximadamente de 1,055 milímetros anuales.

La temperatura promedio de la zona ronda los 20° centígrados.

En el gráfico, se muestra por medio de barras la precipitación pluvial mensual, dando como resultado que el mes de septiembre es el que contiene mayor precipitación, seguido por el mes de mayo y julio.



5.2.4 HIDROGRAFÍA.

En el cerro Cacahuatique existen 5 yacimientos de agua de donde obtienen el agua potable para abastecer a los habitantes de la comunidad.

5.2.5 FLORA.

En lo concerniente a las plantas, arboles, hortalizas y demás, predominante en el lugar donde se desarrollara el proyecto, orientándonos por lo observado y los datos proporcionados por los habitantes de la comunidad, los de plantaciones son:

Cuadro N°160

Especies:

Pino

Manzano

Roble

Pepeto Blanco

Amate

Capulín

Ceiba

Naranja

Almendro

Eucalipto

Cedro

Árboles frutales

Henequén

Cafeto.

Fuente: Elaboración propia.

5.2.6 FAUNA.

La fauna proliferada en el lugar es bastante variada, dentro de este hábitat animal los más predominantes en la región son:

Cuadro N°161

Especies
Guatusa
Conejo
Venado
Zorro
Gato montes
Venado
Búho
Serpientes
Mapaches
Insectos
Perros
Armadillos

Fuente: Elaboración propia.

Formando parte de la biodiversidad del ecosistema presente en la zona donde se llevara a cabo el proyecto de agroturismo y lo mejor de todo es que poseen áreas protegidas en donde las distintas especies se encuentran libres.

5.3 RESEÑA HISTÓRICA, SOCIAL Y CULTURAL.

5.3.1 HISTORIA DE LA COMUNIDAD.

El Cantón “La Montañita” es una comunidad de unas 265 familias de escasos recursos económicos, que en su mayoría se dedican a labores agrícolas. Ellas han comprendido que deben estar en armonía con la naturaleza y por eso realizan obras de conservación de los recursos naturales y acuíferos con los que cuenta el cerro Cacahuatique, ya que de ello dependen en gran medida los ingresos que se obtienen para mantener a sus familias.

Existen diferentes historias sobre los orígenes de la comunidad, una de ellas, la más conocida por sus habitantes hace mención que anteriormente los terrenos que ahora conforman el cantón eran propiedad de la familia Calderón Sol, quienes los compraron a una señora de origen europeo conocida como “Isabel” quien era practicante de extraños ritos y costumbres.

La época del conflicto armado de El Salvador es una de la más recordadas por los habitantes de la zona, algunos de ellos ex combatientes, muchos de ellos perdieron su ganado, cosechas, algunas propiedades fueron destruidas, personas que desaparecieron y no se supo más de ellos y los familiares que fueron asesinados, son algunos de los sucesos mayormente mencionados.

La Cooperativa Cafetalera, nace en el año de 1979 con la Reforma Agraria que en el país se estaba implementando, se refiere a la preservación de la tierra en un sistema cooperativista de las fincas y haciendas. El Gobierno otorga a los habitantes del Cerro Cacahuatique, Jurisdicción de Osicala, Departamento de Morazán, tierras para que los pobladores las cultivaran, y así pagar el valor de éstas por un plazo de 20 años.

Ésta es registrada el 10 de Junio de 1980 con el nombre de Asociación Cooperativa de la Reforma Agraria San Carlos Dos de Responsabilidad Limitada. (CORASC de RL), ubicada en el cantón La Montañita, jurisdicción de Osicala; siendo el presidente en ese momento el Sr. Arístides Vásquez Arévalo.

Ésta es reglamentada por el Instituto Salvadoreño de Transformación Agraria (ISTA) y por el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG). Se inició con 300 asociados y cuenta con una extensión territorial de 992 manzanas de las cuales 847 se utilizan para el cultivo del café, 40 para diferentes actividades agrícolas y las restantes ocupan su infraestructura.

5.3.2 COSTUMBRES Y TRADICIONES.

En la comunidad no hay costumbres y tradiciones propias de la zona, sus habitantes visitan las diferentes actividades culturales, fiestas patronales, festivos y eventos recreativos del pueblo de Osicala, en la escuela de la comunidad se celebra semana cívica alusiva a la fecha de la independencia de El Salvador.

La comunidad cuenta con diversas ideologías religiosas, creencias como la católica, evangélica, testigos de Jehová predominan en la zona es por ellos que las costumbres como la Semana Santa, celebraciones a Santos, ayunos entre otros que son las más características entre sus habitantes.

5.3.3 ORGANIZACIONES DE LA COMUNIDAD.

Existen diversos tipos de organizaciones en la comunidad, tanto sociales, políticos, religiosos entre otros, todas trabajan conjuntamente para lograr el desarrollo y mejorar las condiciones de vida para sus habitantes.

Entre las organizaciones sociales existe la ADESCO “TAFUVI El tablón en acción” Asociación de ahorro de mujeres del caserío “El Tablón”, otras Asociaciones similares a las ADESCO pero no inscritas ante la municipalidad de Osicala y la Cooperativa San Carlos Dos, que es la principal fuente de ingresos para los habitantes quienes en su mayoría son socios de la misma.

Hay presencia de líderes políticos tanto de derecha como de izquierda quienes realizan reuniones con los habitantes de la comunidad afines a la ideología. También los líderes religiosos (curas, pastores, obispos) quienes dirigen las congregaciones de sus respectivas congregaciones.

5.4 ANÁLISIS DE LA INFRAESTRUCTURA BÁSICA.

5.4.1 VÍAS DE ACCESO Y TRANSPORTE.

Se puede acceder al Cantón La Montañita, en el municipio de Osicala, Morazán por medio de la carretera Longitudinal del Norte con rumbo a Gualococti, vía de acceso debidamente pavimentada, en optimo estado y señalizada, dos kilómetros al norte se encuentra el desvío “El arenal” calle de concreto hidráulico, en un tramo de un kilómetro, al llegar al área de la Cooperativa se encuentra la calle que lleva hacia “La Montañita” dos kilómetros de empedrado, las calles de la comunidad son de adoquín y de tierra compactada.

En cuanto a los servicios de transporte, se puede acceder por medio de la ruta 328 que hace su recorrido desde San Miguel hasta San Simón, además se puede hacer uso de los servicios de la Cooperativa de transportistas de Pick-ups de Osicala y si se desea acceder de forma particular debe ser por medio de vehículos de doble tracción o 4x4, debido a las condiciones inclinadas de la zona.

5.4.2 SERVICIOS BÁSICOS.

Es importante que en las comunidades donde se realizan proyectos de agroturismo se cuente con los servicios básicos necesarios para brindar óptimos servicios a los turistas, salud e higiene, energía eléctrica, agua potable y comunicaciones se vuelven indispensables para brindar comodidad a los potenciales clientes.

En la comunidad se cuenta con el servicio de energía eléctrica y alumbrado público, es distribuido por la Empresa eléctrica de oriente (E.E.O.) la mayoría de hogares cuentan con este beneficio. Por el momento no se tiene proyectado invertir en proyectos de electrificación por medio de paneles solares.

El servicio de agua potable en la comunidad es distribuido por la Cooperativa, quienes extraen agua de los diferentes nacimientos y ríos que hay en la zona, cobrando cuotas simbólicas. Actualmente se cubre un 89% de los hogares con proyección a poder llevar al 100% de las familias que habitan la zona además de poder racionalizar y controlar de mejor manera su distribución.

Se está gestionando a través de la ADESCO y la Cooperativa un proyecto de aguas negras ejecutado por la alcaldía municipal de Osicala, que contribuya a generar condiciones más salubres para los habitantes de la comunidad, en su

mayoría los hogares poseen letrina y fosa séptica, para poder ejecutar un proyecto turístico se vuelve necesario poder mejorar este servicio.

Se cuenta con un promotor de salud quien es el encargado de realizar campañas de vacunación para niños y animales, también de realizar reuniones con la junta de la cooperativa, ADESCO, líderes religiosos, políticos y comunales, de forma que se puedan gestionar campañas en beneficio de los habitantes y en un futuro poder aperturar una clínica comunal. La cooperativa contrata anualmente los servicios de un doctor quien brinda consultas generales a los empleados.

En cuanto a las comunicaciones, en todos los hogares dentro de la comunidad al menos una de las personas por familia cuenta con un teléfono celular, la cobertura de las compañías Claro y Tigo llega hasta la zona, sin embargo no se cuenta actualmente con el servicio de internet a través de modem ni por medio de USB móvil.

5.4.3 FUENTES DE EMPLEO E INGRESOS.

La principal fuente de empleo para los habitantes de la comunidad es la Cooperativa, que actualmente cuenta con 89 plazas fijas en funciones administrativas y operativas, mientras para la época de temporada de recolección del café se llegan a generar hasta 1,000 empleos temporales.

Sin embargo cuando la temporada de recolección del café termina entre los meses de marzo y agosto, la mayoría de estas personas deben hacer uso de su creatividad para poder generar ingresos que sustenten a sus familias, existe una notable dependencia económica a las actividades productivas que se realizan en la cooperativa.

Existen alrededor de siete negocios informales entre los cuales se pueden identificar tiendas, ventas de medicina, tortillería y molino, ventas de comida, bebidas alcohólicas y otros pequeños negocios familiares que no requieren de la contratación de otras personas siendo de carácter familiar.

No existe iniciativa para establecer negocios de parte de los habitantes ni proyectos de emprendedurismo que contribuyan a ampliar sus opciones económicas, sus habitantes consideran que se requiere de capacitación técnica y apoyo de entidades gubernamentales para la implementación de micro y pequeñas empresas en la zona.

La mayoría de familias se dedican a las actividades agrícolas tales como: cultivos de vegetales, legumbres, hortalizas y frutas, también a la crianza de ganado porcino, avícola y vacuno, que es utilizado para el autoconsumo y algunos viajan a Osicala o pueblos cercanos a vender sus productos.

Los habitantes de la comunidad realizan actividades cada cierto tiempo para generar ingresos que son utilizados para pequeños proyectos dentro de la misma y ayudar a otras familias que tienen condiciones de vida desfavorables. Por lo tanto no hay una diversificación en las fuentes de ingresos en la zona.

5.5 PLANEACIÓN DEL PROYECTO

5.5.1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.

El proyecto Agroturístico se llamará “Cacahuatique Tour” y se llevará a cabo en los terrenos de la Cooperativa Cafetalera “San Carlos Dos” de R.L. formará parte de la ruta turística establecida por el MITUR y que es conocida como: Ruta de la paz, estará comprendido en los siguientes aspectos:

1. Contratación y capacitación de capital humano: En este punto es necesario delimitar que los tipos de plazas a ofrecer las cuales serán de: guía turístico, cocinero, mucama, vigilante, motoristas, personal de mantenimiento, personal de atención al cliente y personal del comité turístico. De la misma manera las personas que ocupen estas plazas serán capacitadas en sus labores con ayuda del Ministerio de Turismo (MITUR) y Comisión Nacional para la Micro, pequeña y Mediana Empresa (CONAMYPE) para poder aportar todas las capacidades técnicas y cognitivas a las personas.
2. Plan de Marketing: Este aspecto se realizaran cuñas publicitarias para radio, anuncios en periódico, revistas, banner, promoción en la página perteneciente a la Cooperativa los cuales llevaran la información del proyecto como Nombre, ubicación, información de los servicios ofertados.
3. Servicios Ofertados: Los cuales serán camping, cabañas, caminatas, miradores, café-restaurante, recorrido por la Cooperativa, juegos recreativos, ofertados por medio de paquetes turísticos para libre elección de los turistas.

5.5.2 TAMAÑO DEL PROYECTO.

Para analizar el tamaño real del proyecto se debe tomar en cuenta ciertos factores: la demanda, los suministros e insumos, el financiamiento y la organización. Cada uno individualmente y con el debido cuidado para poder obtener resultados reales y certeros.

5.5.2.1. LA DEMANDA.

Considerando que la demanda es uno de los factores más importantes para limitar el tamaño de un proyecto, al realizar el Estudio de Mercado se pudo demostrar, a través de los resultados del mismo, que existe la demanda necesaria para la ejecución del proyecto. Ya que para que un proyecto sea viable es necesario que la demanda insatisfecha sea superior a la capacidad instalada.

5.5.2.2. SUMINISTROS E INSUMOS.

Se debe considerar que para la operación del proyecto debe existir fluidez en el abastecimiento de materias primas e insumos tanto en calidad como en cantidad.

5.5.2.3 FINANCIAMIENTO.

Este es un factor fundamental en la determinación del tamaño de un proyecto, si la disponibilidad de los recursos no puede cubrir los requerimientos de la inversión, el proyecto no es viable.

5.5.3 ANÁLISIS FODA.

Este tipo de análisis representa un esfuerzo para examinar la interacción entre las características particulares del proyecto y el entorno en el cual éste compete. El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de proyecto, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos formulados.

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

A través del FODA se pueden analizar detenidamente los factores internos y externos que presentan ventajas y desventajas para el proyecto para, con esta información poder desarrollar las estrategias que nos permitirán enfrentarlas y darnos pautas para ubicar de la mejor manera a nuestro producto en el mercado objetivo.

FODA DEL PROYECTO

Cuadro N°162

<p>FORTALEZAS:</p> <p>F.1 La comunidad cuenta con los recursos naturales necesarios para poder implementar un proyecto de Agroturismo.</p> <p>F.2 La vista panorámica que se tiene de tres puntos distintos, hacia San Miguel, el norte de Morazán y el golfo de Fonseca.</p> <p>F.3 Brindar buenos servicios a los clientes.</p> <p>F.4 La unión entre comunidad y Cooperativa que permitirá ejecutar el proyecto hacia un mismo fin, alcanzar el desarrollo de la zona.</p>	<p>OPORTUNIDADES:</p> <p>O.1 El Agroturismo es un tipo de Turismo en crecimiento en El Salvador.</p> <p>O.2 Los turistas nacionales y extranjeros buscan un turismo diferente y vivencial.</p> <p>O.3 Ser pioneros en Agroturismo en la zona oriental.</p> <p>O.4 Es una actividad que se puede adaptar a las necesidades de los turistas ya que puede ser tranquila y relajante para la familia.</p>
<p>DEBILIDADES:</p> <p>D.1 Pocas fuentes de financiamiento.</p> <p>D.2 Vías de acceso complicadas.</p> <p>D.3 Falta de proyectos que contribuyan al mejoramiento de los servicios básicos.</p> <p>D.4 Capital humano no calificado.</p>	<p>AMENAZAS:</p> <p>A.1 Posibles condiciones climáticas desfavorables</p> <p>A.2 Crisis económica mundial que afecta al turismo en todo nivel.</p> <p>A.3 .Competencia existente muy cercana, (Perquín, San Fernando).</p> <p>A.4 Crisis del café a nivel nacional.</p>

Fuente: Elaboración propia.

5.5.4 MISIÓN.

A continuación se describe la misión propuesta a la Cooperativa “San Carlos Dos de R.L” del Municipio de Osicala, Departamento de Morazán:

Somos una Cooperativa Cafetalera que impulsa el desarrollo Agroturístico, promoviendo la diversificación económica mediante la utilización de los recursos naturales, la mejora cuantitativa y cualitativa de la oferta, haciendo participe mediante mejora del capital social que contribuya a la formación integral de las capacidades de los habitantes de la comunidad.

5.5.5 VISIÓN.

Propuesta de la Visión de la Cooperativa “San Carlos Dos de R.L” del Municipio de Osicala, Departamento de Morazán:

Ser una Cooperativa precursora en la zona Oriental para generar desarrollo en la comunidad, con la implementación del turismo de Montaña sostenible, utilizando elementos estratégicos orientados y servicios de calidad para alcanzar la satisfacción de los turistas de montaña.

5.5.6 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.

5.5.6.1 ESTRATEGIAS.

Cuadro N°163

<p>ESTRATEGIAS FO:</p> <p>F.1,O.1 INCENTIVAR A TODO POTENCIAL TURISTA DE MONTAÑA A VISITAR EL PROYECTO DE AGROTURISMO</p> <p>F.4,O.3 LOGRAR UN DESARROLLO CONTINUO Y SOSTENIBLE PARA LA COMUNIDAD PERMITIENDO CUBIRIR EL MERCADO ORIENTAL.</p>	<p>ESTRATEGIAS DO:</p> <p>D.1,O.1 APROVECHAR LA NUEVA INCURSION DEL AGROTURISMO COMO FUENTE DE CRECIMIENTO PARA LA COMUNIDAD.</p>
<p>ESTRATEGIAS DA:</p> <p>D.3,A.2 IMPULSAR EL PROYECTO DE AGROTURISMO PARA LA MEJORA EN LA COMUNIDAD, GENERANDO INGRESOS PARA SOBRELLEVAR LA CRISIS ECONOMICA.</p> <p>D.4,A.3 DESARROLLAR EL CAPITAL HUMANO DE LA COMUNIDAD PERMITIENDO ASI OBTENER UN CARACTERISTICA DIFERENCIADORA DE SU COMPETENCIA</p>	<p>ESTRATEGIAS FA:</p> <p>F.3,A.2 BRINDAR BUENOS SERVICIOS TURISTICOS Y ACCESIBLE AL BOLSILLO DE LOS TURISTAS.</p> <p>F.2,A.3 .UTILIZAR LOS RECURSOS NATURALES COMO UN VENTAJA COMPETITIVA FRENTE A LOS POSIBLES COMPETIDORES.</p>

Fuente: Elaboración propia.

5.5.6.2 DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS DE LA COOPERATIVA.

- Promover la participación de la población en actividades de Agroturismo.
- Participar activamente en los procesos de desarrollo local, en cuanto a la determinación de proyectos de agroturismo y la búsqueda de fuentes de ingreso en la zona.
- Implementar el agroturismo sostenible comunitario.

5.5.6.3 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DEL PROYECTO DE AGROTURISMO.

- Consolidar el municipio de Osicala entre los principales destinos turísticos de la zona Norte de Morazán (Ruta de la paz), a través, del agroturismo.
- Incursionar en un nuevo mercado, ofreciendo productos turísticos de calidad.
- Proporcionar una oferta turística que se adecue de forma permanente a las expectativas y nivel de satisfacción del cliente.
- Definir la imagen del proyecto y sus singularidades como elementos de atracción y diferenciación turística.
- Poder aumentar las ventas cada año en determinado porcentaje.

5.5.7 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA.

5.5.7.1. DEFINICIÓN DE DEMANDA.

Se define como demanda a la cantidad de bienes y/o servicios que los consumidores dentro de un mercado están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos tomando en cuenta que estos tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido.⁵⁰

5.5.7.2 DETERMINACIÓN DEL TAMANO ÓPTIMO DEL PROYECTO.

Se determinó previamente en el estudio de mercado que la demanda real del proyecto es de 6,671 personas.

De acuerdo al análisis realizado al mercado, la población se distribuye en grupos de 5 personas para la realización de paseos turísticos, realizados en familia y amigos, (ver anexos). Por lo cual la demanda real del proyecto es de 6,671 personas dispuestas a visitar la finca, segmentada en un total de 1,334 familias.

Es importante incluir la frecuencia de visita a la zona de agroturismo para determinar la capacidad real del proyecto. De acuerdo a la encuesta, en promedio una persona realiza 27 visitas anuales que duran solo un día, de esta manera la demanda semanal de aquellas personas dispuestas a utilizar el servicio de habitación y/o restaurante, se calcula de la siguiente manera.

$6,671 \times 27 / (52 \text{ semanas}) = 3,464$ personas semana a nivel nacional.

✓ ⁵⁰ Dernalte, Cesar Augusto. Metodología de la Investigación para Administración y Economía. Editorial Prentice Hall.

Para las vacaciones de semana mayor 2015 el MITUR determinó una ocupación del 80% de las instalaciones de los centros turísticos de montaña por lo cual la demanda real sería de 5,337 personas al año.

DEMANDA PROYECTADA

Cuadro N°164

Año	1	2	3	4	5
Demanda con crecimiento de 42%	5,337	7,578	10,761	15,281	21,699

Fuente: Elaboración propia.

5.5.7.3. CAPACIDAD DEL PROYECTO.

En base a los resultados de la encuesta una persona en promedio realiza paseos que duren más de un día 3 veces al año.

$$6,671 \times 3 / (52 \text{ semanas}) = 385 \text{ personas/semana.}$$

De acuerdo a la demanda de 385 personas es decir 77 familias (grupos de 5) el número de habitaciones será:

$$(77 \text{ familias}) / (\text{Cabañas de 5 personas}) = 15 \text{ cabañas (de 5 personas)}$$

Sin embargo el proyecto iniciara con 4 cabañas de 5 personas y a medida que la inversión inicial se amortigüe y la demanda aumente, se podrá ampliar la capacidad de hospedaje.

5.6 PLAN DE MARKETING.

5.6.1 PERFIL DEL CONSUMIDOR.

Luego del análisis de las encuestas aplicadas y de acuerdo a las variables que obtuvieron los siguientes resultados:

- **Variables Geográficas**

Nacionalidad

El proyecto va dirigido tanto a turistas de montaña salvadoreños como a turistas de montaña extranjeros.

- **Variables Demográficas**

Edad

Nuestro segmento meta serán personas de entre 18 y 60 años de edad

Ingresos

El mercado meta del proyecto son personas con un poder adquisitivo bajo-medio.

- **Variables Psicográficas**

Motivación

La motivación principal de nuestro mercado objetivo es el tener un contacto con la Naturaleza y descansar en un ambiente sano, familiar y alejado de cotidianidad.

5.6.2 ESTRATEGIA DE MARKETING.

La estrategia de Marketing a implementar consta de dos partes importantes: El Mercado Objetivo, el posicionamiento del producto planeado.

5.6.2.1 MERCADO OBJETIVO.

El Mercado Objetivo para el proyecto se ha decidido luego de realizar el estudio de Mercado dirigido a los turistas, el cual nos ha permitido identificar que nuestros potenciales clientes, a los cuales va a estar dirigido nuestro producto son Turistas nacionales y extranjeros, de entre 18 y 60 años de edad que gusten de actividades turísticas participativas que les permitan tener experiencias nuevas y diferentes al convivir con la naturaleza y conocer un poco de la agroindustria del café.

5.6.2.2 POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO PLANEADO Y VENTAS.

Para posicionar a nuestro producto se debe desarrollar una estrategia de ventas que nos permita darlo a conocer en el mercado turístico internacional y nacional para de esta forma atraer a nuestros potenciales clientes, el apoyo del MITUR será fundamental en este aspecto, la promoción a través de ferias turísticas, sitio web, y los centros de atención al turista contribuirán para lograr un mejor posicionamiento.

5.6.3 DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS.

Para la prestación de servicios turísticos, los clientes se presentaran en recepción donde se detallaran los diferentes paquetes turísticos u optar por uno de los servicios que se ofrecerán. En recepción deberán anotarse, cancelar el tour de preferencia a su llegada o al retirarse y el guía turístico se encargará de dirigirlos hacia las diferentes rutas propuestas.

No se requiere de un mínimo de personas por grupo para realizar los tours turísticos, sin embargo si habrá restricciones en los horarios; ya que un solo guía dirigirá dos grupos de turistas uno por la mañana y otro por la tarde.

- 1- Caminata: Los turistas podrán realizar caminatas de largos trayectos o senderismo, en la que disfrutaran del agradable clima del lugar y observar los paisajes, conocer las naranjeras, áreas protegidas, los bonitos bosques y pinares con los que cuenta los terrenos de la cooperativa, sus cafetales hasta culminar con una vista panorámica en cualquiera de los 3 miradores: Golfo de Fonseca, Volcán Chaparrastique, Norte de Morazán.



- 2- Ruta del café: Los turistas podrán solicitar una ruta del café, en la que los guías turísticos puedan llevarlos a conocer las instalaciones del beneficio y conocer los diferentes procesos para la producción de los distintos tipos de café tales como: visita a patios, secadoras, pilas de recolección, trilla y tostaduría, conocer los cafetales y tener la experiencia de practicar la corta y

- 3- Camping: Según el estudio de mercado realizado se concluyó que una de las actividades favoritas para los turistas de montaña es realizar camping, se adquirirán tiendas para acampar y en una de las zonas seleccionadas en la pinera podrá realizarse una noche de camping.



- 4- Cabañas: A partir del Estudio de Mercado se concluyó que la mayoría de turistas que están dispuestos a visitar la hacienda lo harían en compañía de familia y amigos, por lo que se ha decidido establecer cabañas múltiples, dos triples y dos dobles, es decir que se tendrá capacidad de alojar a 10 personas por día.



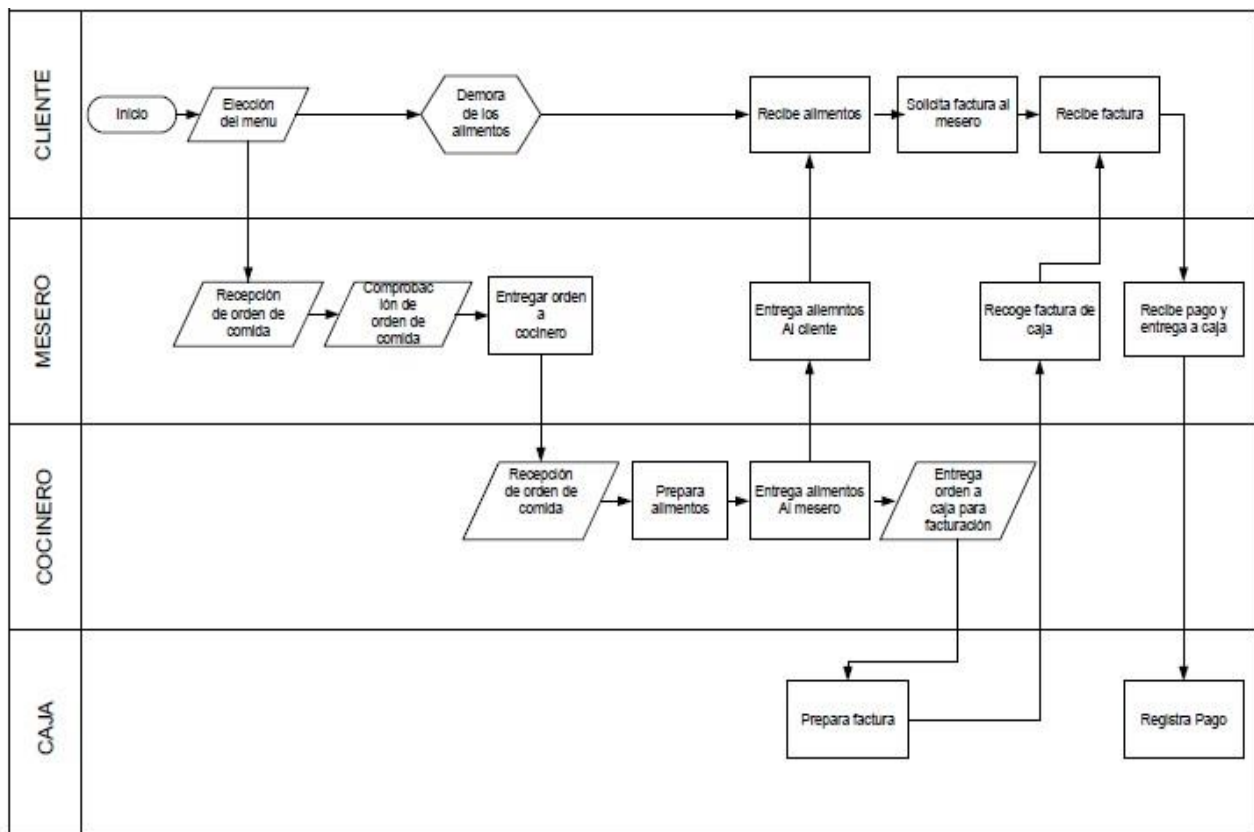
- 5- Restaurante mirador: Es importante que en todo complejo turístico se tenga acceso a la adquisición de alimentos y bebidas, razón por la cual se construirá un restaurante mirador en el cual los turistas podrán disfrutar de alimentos a cualquier hora del día entre los cuales estarán: platillos típicos, extranjeros, postres, café gourmet, bebidas, golosinas entre otros, se prepararán por personal con experiencia y acatando las diferentes medidas de salubridad y a la vez los usuarios podrán observar el paisaje del mirador.



PROCESO DE RECEPCIÓN DE ORDENES PARA SERVICIO DE CAFÉ RESTAURANTE.

Este es un proceso repetitivo en el cuál interactuaran el cliente, el mesero, el cocinero y la persona encargada de la caja. Consiste en recibir la orden la orden del cliente, procesar la orden en la cocina, entregar la orden al cliente, y percibir el pago.

A continuación se muestra un diagrama descriptivo de este proceso:



5.6.3.1 PAQUETES TURÍSTICOS.

Por medio de encuestas realizadas determinamos que es de preferencia de los turistas que los servicios se presenten en forma de paquetes es decir de 1 día, 2 días/1 noche incluyendo todos los servicios.

Los paquetes quedarían conformados de la siguiente manera:

PAQUETE 1 H.G. (2 DÍAS/1 NOCHE)

Itinerario:

Día 1

Temprano en la mañana se sale desde las cabañas, para llegar alrededor de las 9:00 de la mañana al beneficio donde los turistas serán recibidos por nuestro guía tendrán una pequeña charla sobre la caminata que realizarán, lugares a visitar, recomendaciones e instrucciones.

Posteriormente realizarán la caminata hasta el bosque donde observarían los procesos de la corta del café, tendrán la oportunidad de participar si lo desean. Continuando con la visita al área del mirador, luego tendrán un tiempo libre para pasear y observar las cosechas, eventos artísticos y culturales cortesía del comité de turismo de Osicala y el MITUR.

Finalmente descansarán en sus cabañas.

Día 2

Empezamos el día con el desayuno para los turistas, posteriormente seguimos con una charla de preparación para continuar conociendo sobre los procesos de la elaboración del café, y disfrutar de la vista al paisaje de los miradores.

PAQUETE 2 SHG. (3 DÍAS/ 2 NOCHES)

Itinerario:

Día 1

Temprano en la mañana se sale desde las cabañas, para llegar alrededor de las 9:00 al beneficio donde los turistas serán recibidos por nuestro guía, luego tendrán una pequeña charla sobre la caminata que realizarán, lugares a visitar, recomendaciones e instrucciones.

Posteriormente se realizará la caminata hasta el bosque donde se recibirá a los pasajeros con un exquisito almuerzo.

Luego del almuerzo se llevará a los visitantes hacia las siembras y las cosechas de café de la cooperativa, ahí tendrán la oportunidad de participar en esta actividad y conocer más de cerca esta actividad.

Finalizarán la jornada descansando en las cabañas

Día 2

Empezamos el día con un buen desayuno luego del cual tendrán una pequeña charla de preparación para continuar con los procesos de la elaboración del café, al retorno se recibirá a los pasajeros con un exquisito almuerzo y posteriormente serán trasladados de vuelta a su cabaña.

En la tarde podrán presenciar eventos artísticos y culturales cortesía del MITUR y del comité de turismo del municipio de Oscalea. Se realizará una noche de camping para los visitantes que deseen participar y en la cual podrán expresar sus opiniones, experiencias y dudas con el personal del lugar.

Día 3

Luego del desayuno nos dirigiremos a la última fase de la producción del café donde tendrán la oportunidad de saborear el producto final y se les otorgará el tiempo necesario para poder disfrutar del lugar.

5.6.4. HORARIOS PROPUESTOS PARA LOS SERVICIOS.

Servicios	A.M.	P.M.
Restaurante	6:00	9:00
Caminatas	7:00	5:00
Camping		6:00
Tours	8:00	5:00
Degustaciones		3:00-5:00
Reservaciones	7:00	10:00

Fuente: elaboración propia.

Nota: Los horarios pueden ser cambiados dependiendo de la demanda del servicio.

5.6.5. CONTROL DE LAS VENTAS.

Se deberá adquirir un libro de ventas para cada servicio, en el que a diario se pueda llevar un registro de los productos que se han vendido sean de restaurante, camping o de hospedaje, se colocará la fecha en la que se realizó la operación, el concepto y la cantidad que el cliente canceló.

5.6.6. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO DE COMPRAS.

Se recomienda realizar las compras semanalmente, ya que los mayores insumos son los que necesitará el café restaurante; y para llevar un mayor control de las cantidades a ordenar se elaboró el siguiente cuadro. El cual describe las cantidades necesarias por cada insumo a consumir y a la vez las cantidades disponibles o existentes de los insumos.

Los proveedores principales serán los habitantes de la comunidad que se dediquen al cultivo de verduras, frutas y hortalizas, también los productos de limpieza y otros, se cotizarán con las personas comerciantes para que se pueda brindar un precio justo para ambas partes. De igual forma se utilizará por si alguno de los equipos de oficina, cabañas o camping sufre algún daño y se encuentra irreparable.

Formato para control de la cantidad de insumos existentes en almacén.

No.	Insumos	Cantidades existentes	Cantidades a ordenar	Proveedor	Monto
1					
2					
3					

El personal que trabaje para el proyecto deberá tener un control de la cantidad de suministros que existan y de cuales solicitaran para que puedan suministrarles lo que necesiten para desempeñar sus funciones y evitar faltantes que puedan generar una mala prestación de los servicios o fallas en el desempeño de sus funciones.

5.6.7. SERVICIO POST VENTA.

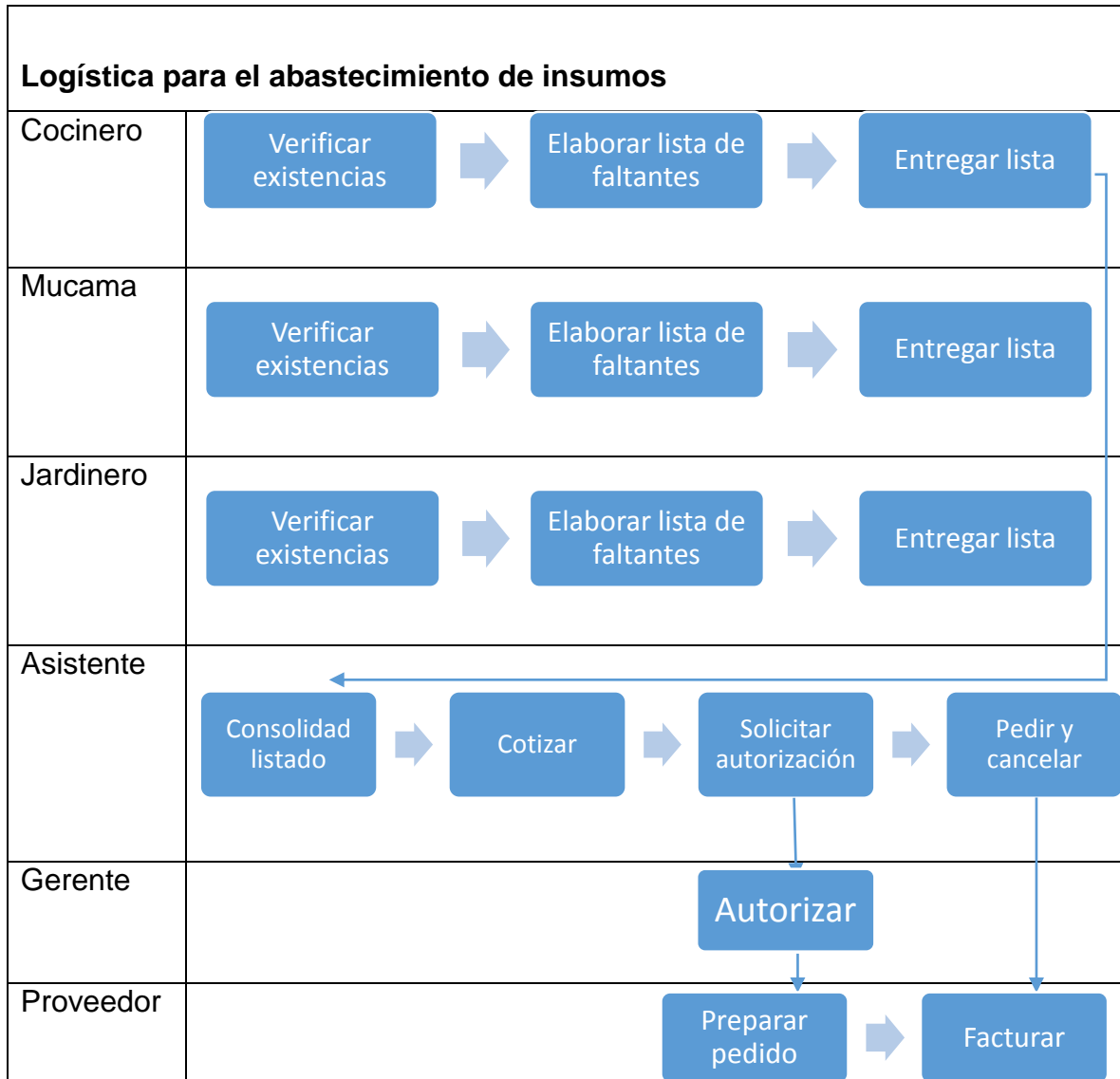
Un servicio adicional que se puede prestar a los clientes para conocer su opinión acerca del café y restaurante y la atención recibida durante su estadía o visita corta; consiste en consultar al cliente de su opinión acerca de la calidad de los servicios.

Una manera fácil de conocer la opinión de los clientes y sus datos para enviarle información publicitaria acerca de los servicios del café restaurante es solicitándoles esta información de manera escrita.

En el momento que se le entrega la factura se le solicitaría su colaboración contestando en forma breve una serie de preguntas acerca de la calidad del servicio recibido (ya sea servicio de estadía, servicio de café-restaurante o ambos), y sus datos (dirección y correo electrónico).

De esta forma, conociendo los datos del cliente y su opinión acerca de los servicios, podría prestársele un servicio post venta, enviándole información acerca de promociones o publicidad.

Cuadro N°165



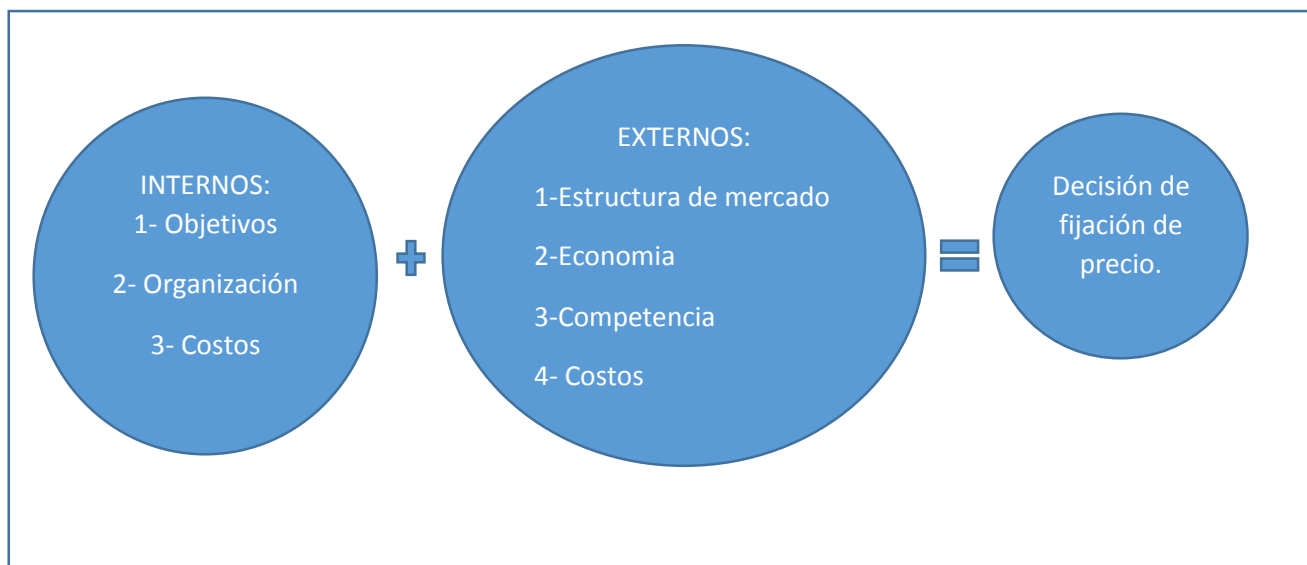
Fuente: Elaboración propia.

5.6.8. PRECIOS.

Este es el único elemento del marketing mix que genera ingresos. Es la cantidad de dinero cobrada por un producto o un servicio, la suma de valores que los consumidores cambian por el beneficio de tener o utilizar un producto o un servicio.⁵¹

Para fijar los precios se debe tener en cuenta tanto algunos factores internos como los factores externos.

Gráfico de factores para la determinación del precio.



⁵¹ Kotler, Phillip; Marketing para Turismo, 3ra. Edición, Editorial Pearson, Madrid, España, 2004.

5.6.8.1. Precios propuestos

Cuadro N°166

Servicio	Precio Neto	Precio IVA + contribución.*
Entrada General	\$5.00	\$5.65
Camping	\$5.00	\$5.65
Ruta del café	\$1.00	\$1.13
Paquete 1 H.G.	\$75.00	\$88.50*
Paquete 2 S.H.G.	\$175.00	\$206.50*

Fuente: Elaboración propia. *Contribución solo afecta a servicios de hospedaje.

5.6.9. DISTRIBUCIÓN.

En el sector turístico, los sistemas de distribución son aquellos que se utilizan para llevar al consumidor hacia el producto turístico. En el caso del proyecto Agroturístico posee tres canales de distribución el primero es proyecto-visitante. Se desarrolla en el lugar, cuando el visitante llega y observa los recursos naturales que ofrece el lugar, logrando así un canal de distribución directo.

Posteriormente se incorporara un segundo canal que será más indirecto con el visitante pero directo con la oferta turística; estará comprendida por productor-agente-visitante, la cual el agente tendrá una intervención entre productor y visitante realizando una oferta directa de todos los servicios que ofrece el proyecto.

En el caso del nuestro proyecto y tomando en cuenta los resultados de la encuesta aplicada, un tercer canal de distribución de los servicios será una página de Facebook y agregar la información en la página web de la cooperativa en la que los potenciales clientes podrán tener acceso a toda la información que requieran para conocer y comprar los paquetes turísticos que se ofertarán.

5.6.10. PROMOCIÓN.

Para que un potencial cliente adquiera un producto o servicio pasa por un proceso de toma de decisiones, el objetivo del marketing es identificar en qué etapa de este proceso se encuentra nuestro mercado objetivo, para de acuerdo a esto desarrollar estrategias para que concluya el proceso.

5.6.10.1 LOGO.



5.6.10.2. FLYER Y VALLA PUBLICITARIA.

Servicios

- Camping
- Restaurante-mirador
- Cabañas
- Caminatas Tour de Cafe

Paquetes turisticos para eleccion

Tel: 2656-6218

Osicala, Morazan

www.cafemorazan.com.sv FanPage: cacahuatique

5.6.10.3. BROCHURE (FRONTAL Y POSTERIOR).

☰
Complejo Agroturístico Cacahuatique Tour.

El agroturismo es una modalidad de turismo que invita a las personas a poder disfrutar del sano esparcimiento y la diversión en convivio con la naturaleza. Es por ello que Cacahuatique Tour ofrece a ti y a tu familia la oportunidad de poder disfrutar de un agradable clima y variada vegetación a través de sus servicios, podrás disfrutar de deliciosas comidas y bebidas, eventos culturales, acampar, caminatas, realizar caminatas por los senderos de la Cooperativa, disfrutar de una hermosa vista a diferentes puntos del país, también del alojamiento en cómodas cabañas y conocer el proceso de producción de nuestro café.




SERVICIOS

- RESTAURANTE Y MIRADOR
- CABAÑAS
- RUTA DEL CAFE
- CAMINATAS
- CAMPING



PAQUETES

PAQUETE H.G.	1 día
PAQUETE S.H.G	2 días 1 noche
PAQUETE PREMIUM	3 días 2 noches
Promociones especiales para convivios, empresas y retiros religiosos.	

Cooperativa San Carlos Dos de R.L.

Cantón La Montaña
Oscala, Morazán
El Salvador.
Teléfono: (+503) 2656-6218
www.cafemorazan.com.sv
Facebook: nutacahuatique
Horarios: Lunes a Domingo de 7:00 a las 19:00





Cacahuatique Tour





Cacahuatique Tour

Servicios

- Camping
- Restaurante-mirador
- Cabañas
- Caminatas Tour de Café




Paquetes turísticos para elección

Tel: 2656-6218

Oscala, Morazán

www.cafemorazan.com.sv Fanpage: Cacahuatique

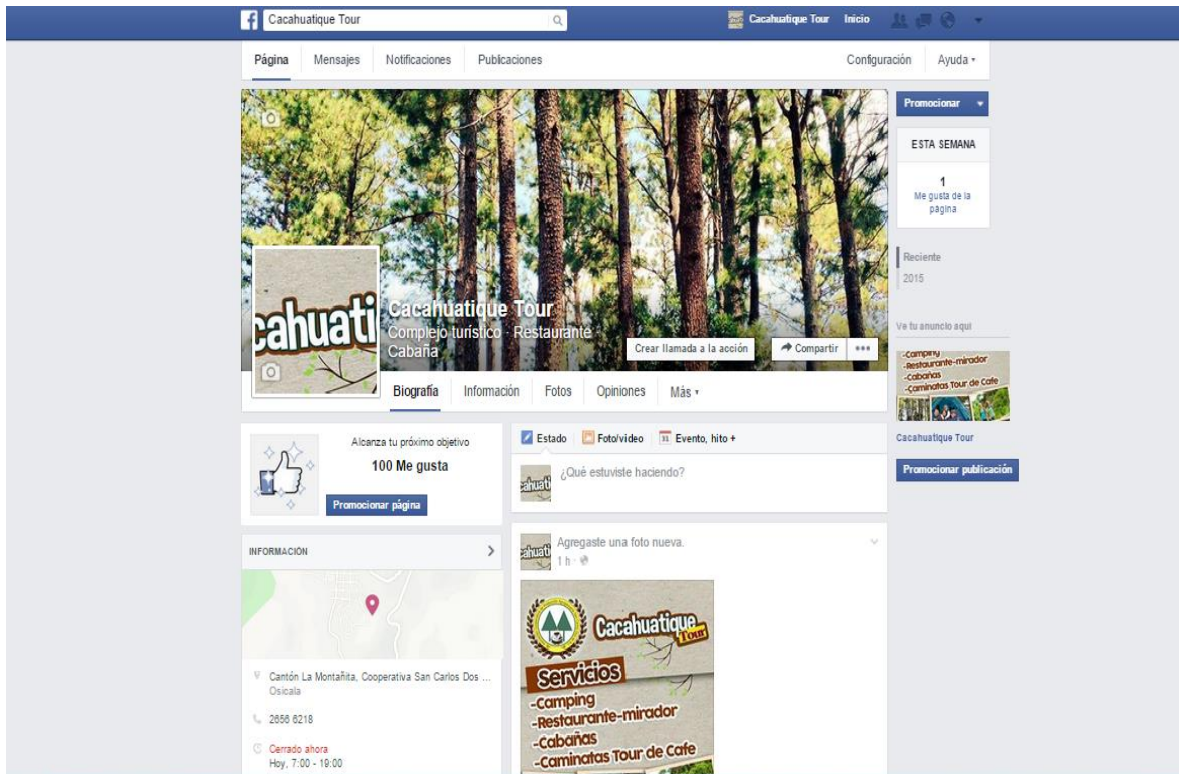





C.P.A. San Carlos Dos de R.L.

5.6.10.4. FAN PAGE DE FACEBOOK.

URL: <https://www.facebook.com/cacahuatiquetour?ref=hl>

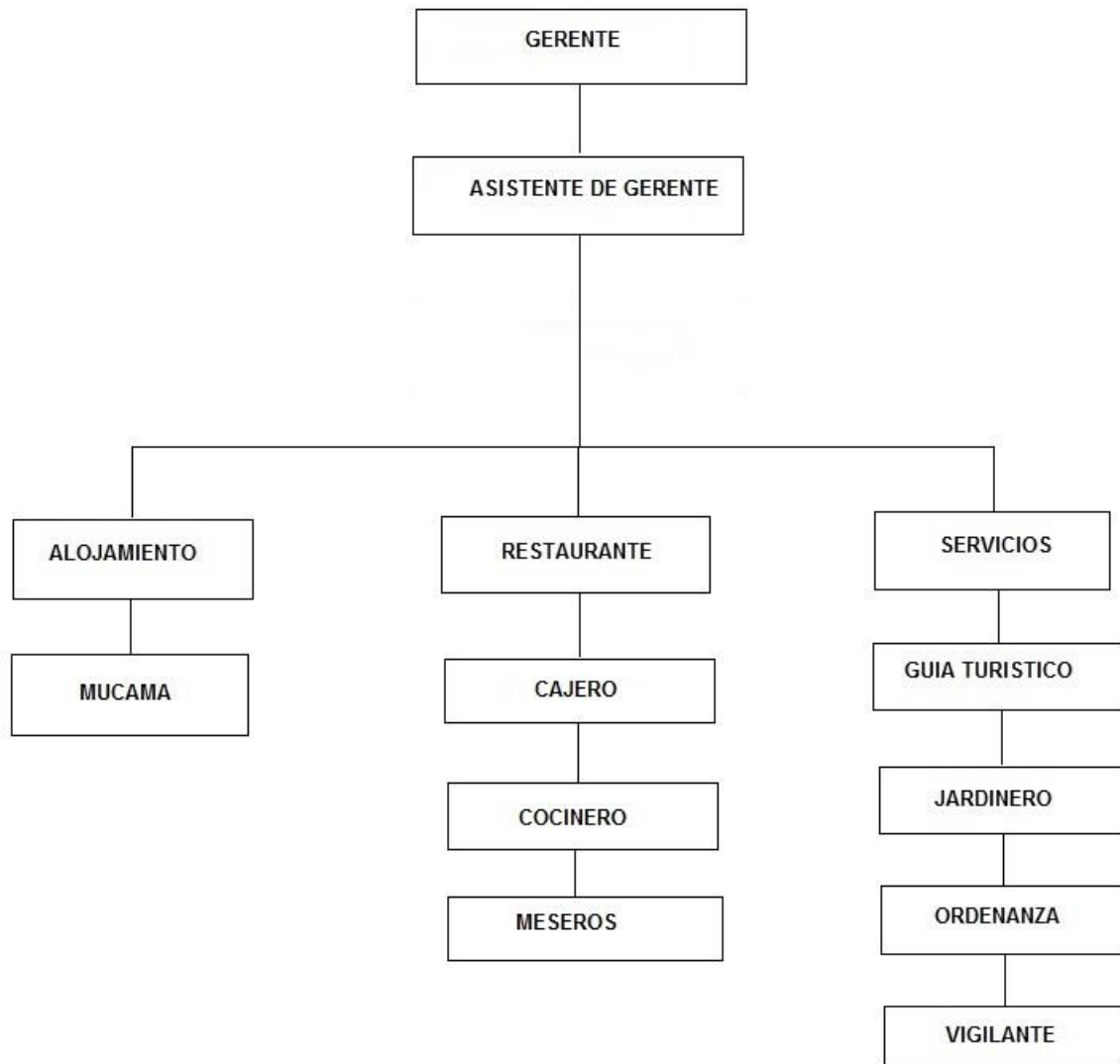


5.6.10.5 CUÑA DE RADIO.

Tienen un costo aproximado de \$9.00 por cada 30 segundos que se presenten en radio, se buscarán estaciones populares en Morazán, San Miguel y Usulután para un mayor alcance de los potenciales turistas.

“Cacahuatique Tour una nueva opción de turismo en Osicala Morazán, ven, conoce, convive con la naturaleza, conoce los procesos para la producción del grano de oro en nuestro país, disfruta de nuestros servicios de restaurante, cómodas cabañas y paquetes turísticos que te garantizan sana diversión ¡y mucho más! Te esperamos en Cooperativa San Carlos Dos, cantón la Montañita, Morazán”.

5.7 ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS.
5.7.1 ORGANIGRAMA FUNCIONAL DEL PROYECTO.



5.7.2 DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS DE TRABAJO.

A continuación se presentan cada uno de los puestos que existirán dentro del proyecto con sus respectivas funciones y perfiles.

- **Gerente.**

Perfil

Sexo: Indiferente.

Edad: Mayor de 25 años.

Conocimientos: Licenciatura en Administración de Empresas, Contaduría Pública o carreras afines.

Experiencia: Mínimo un año de experiencia en puestos similares

Aptitudes: Liderazgo, capacidad para dirigir, organizador, negociador, aptitud para trabajar con otras personas.

Habilidades: Manejo de paquetes de Microsoft Office.

Objetivo del puesto

Dirigir, controlar, innovar, planear, motivar, organizar y realizar las actividades de tres áreas de la organización, las cuáles son: Gerencia General, Mercadeo y Recursos Humanos.

A continuación se enuncian las funciones o responsabilidades de cada una de estas áreas:

Funciones de Gerencia General.

- Ejecutar las órdenes de la Asamblea General de Accionistas.
- Supervisar el uso adecuado de los activos de la empresa.
- Supervisar y controlar las operaciones de todas las áreas.
- Asegurar la calidad de los productos y prestación de servicios
- Aprobar las compras
- Analizar los procesos
- Generar la mayor cantidad de utilidades posibles
- Reducir Costos
- Asegurar la reducción de costos
- Responsable de la contabilidad del proyecto
- Atender de reclamos de los clientes
- Establecer turnos y horarios
- Asignar tareas al personal
- Elaborar de Estados financieros; balance general y estado de resultados
- Pagar las planillas
- Pago de impuestos
- Establecer estrategias financieras para la empresa
- Elaborar de Libros y partidas
- Cerrar la caja
- Controlar la facturación
- Autorizar salidas de caja y compras
- Analizar de costos
- Análisis de precios
- Análisis de Ventas

Funciones de Recursos Humanos.

- Reclutar y Seleccionar personal
- Elaborar perfiles de los empleados
- Archivar fichas de datos de los empleados
- Atender reclamos por parte de los empleados
- Atender problemas de relación laboral
- Organizar eventos internos
- Controlar la asistencia de personal
- Elaborar manuales de los puestos de la organización
- Integrar a los empleados a la organización.

Funciones de Mercadeo.

- Determinar canales de distribución
- Encargado de la publicidad
- Elaborar brochures, hojas volantes, vallas, anuncios
- Establecer Promociones
- Analizar competencia
- Establecer estrategias de Marketing
- Analizar y ajustar de precios
- Establecer políticas de precios
- Analizar la demanda.

- **Asistente de Gerente**

Perfil

Sexo: Indiferente.

Edad: Entre de 22 y 28 años.

Conocimientos: Estudiante de Licenciatura en Administración de Empresas, Contaduría Pública o carreras afines.

Experiencia: No requerida.

Habilidades: Manejo de paquetes de Microsoft Office, contómetro.

Aptitudes: Dinámico, con iniciativa, disposición para trabajar en equipo, sociable, creativo, aptitud de análisis numérico.

Objetivo del puesto.

Servir de apoyo al gerente general en las actividades de las tres áreas; Gerencia General, Mercadeo y Recursos Humanos.

Funciones.

El asistente a la gerencia general apoyará a la gerencia en el desempeño de las actividades de las tres áreas; gerencia, recursos Humanos y mercadeo. A su vez será responsable de las de la contabilidad y las finanzas.

Las tareas que realizará son:

- Elaborar de órdenes de compra
- Cotizar de productos necesarios para la cocina y las habitaciones
- Realizar compras de productos necesarios para la cocina
- Archivar comprobantes de compras
- Solicitar aprobación de órdenes de compras a la gerencia general
- Inventariar producto perecedero y no perecedero
- Coordinar a los meseros
- Coordinar a los cocineros
- Controlar el proceso de cocina
- Reducir de tiempos de espera de los clientes del café-restaurant
- Atender reclamos del área de cocina
- Asignar a los meseros
- Manejar de Libros contables

- **Meseros**

Perfil

Sexo: Indiferente.

Edad: Entre de 22 y 28 años.

Conocimientos: 9º grado.

Experiencia: No requerida.

Aptitudes: Ágil, sociable, dinámico, con habilidad para la atención de las mesas.

Objetivo del puesto.

Prestar el servicio de atención a los clientes que visiten el restaurante, recibiendo las órdenes de estos, estando a la disposición del cliente durante su estadía dentro del lugar.

Funciones.

- Atender clientes del café-restaurante.
- Ofrecer productos.
- Tomar órdenes de los clientes.
- Solicitar órdenes a cocineros.
- Entregar órdenes a los clientes.
- Elaborar de créditos fiscales.
- Pago de créditos fiscales en caja.

- **Cocinero**

Perfil

Sexo: Indiferente.

Edad: Mayor de 22 años.

Conocimientos: Panadería, preparación de asados, comida típica y bebidas.

Experiencia: 1 año de experiencia en puestos similares.

Habilidades: Preparación de platillos en un tiempo considerable.

Aptitudes: Dinámico, con iniciativa, acostumbrado a trabajar en equipo.

Objetivo del puesto.

Preparar los platillos y bebidas del menú, asegurando la calidad de los productos finales.

Funciones.

- Elaborar de Menú.
- Atender órdenes solicitadas por los meseros.
- Elaborar recetas de platillos, bebidas y postres.
- Verificar disponibilidad de ingredientes.
- Solicitar ingredientes al encargado de cocina.
- Asegurar la calidad de los productos elaborados.
- Aprovechar el tiempo de vida de los productos perecederos.

- **Cajero**

Perfil

Sexo: Indiferente.

Edad: Mayor de 22 años.

Conocimientos: Bachiller general o técnico vocacional.

Experiencia: 1 año de experiencia en puestos similares.

Habilidades: Saber utilizar la máquina registradora, computadoras y el contómetro.

Aptitudes: Dinámico, responsable, sociable, ágil.

Objetivo del puesto

Llevar un control de las entradas y salidas de efectivo de la caja.

Funciones.

- Atender al cliente.
- Recibir llamadas telefónicas.
- Realizar llamadas telefónicas.
- Recibir pago de créditos fiscales elaborados por los meseros.
- Archivar créditos fiscales.
- Apertura y cierre de caja.
- Atender reservaciones realizadas por vía telefónica.
- Entregar caja, comprobantes de crédito fiscal y facturas de consumidor final al área de contaduría y finanzas.

- **Guía turístico**

Perfil

Sexo: Indiferente.

Edad: Mayor de 18 años.

Conocimientos: Conocer las rutas turísticas y la ciudad de Juayua.

Experiencia: No requerida.

Aptitudes: Sociable, dinámico.

Objetivo del puesto.

Atender a los clientes que desean conocer las rutas turísticas, mostrándoles el camino hacia el lugar, sirviendo de guía a los turistas.

Funciones.

- Atender al cliente.
- Ofrecer rutas turísticas a los clientes.
- Ofrecer servicios de caminatas.
- Ofrecer degustaciones de café.
- Dirigir caminatas.
- Ofrecer actividades agrícolas.

- **Ordenanza de servicios generales.**

Perfil

Sexo: Indiferente.

Edad: Mayor de 18 años.

Conocimientos: Conocimientos de fontanería y funciones básicas como electricista.

Aptitudes: Dinámico.

Habilidad para la reparación de equipos eléctricos y de fontanería.

Experiencia: No requerida.

Objetivo del puesto.

Mantener en funcionamiento y en buenas condiciones los equipos eléctricos de las instalaciones.

Funciones.

- Coordinar al jardinero.
- Realizar órdenes de compra de productos para limpieza.
- Realizar compras de productos para limpieza.
- Realizar compras de productos adicionales de las habitaciones.
- Dar mantenimiento al equipo eléctrico.
- Asegurarse de la limpieza en todas las áreas.
- Dar mantenimiento general a las áreas.

- **Jardinero**

Perfil

Sexo: Masculino.

Edad: Mayor de 18 años.

Conocimientos: Conocimientos sobre cuidado de plantas.

Habilidad para la siembra abono y riego de plantas.

Aptitudes: Sociable, dinámico.

Experiencia: No requerida.

Objetivo del puesto

Mantener las zonas verdes y las plantas en condiciones apropiadas, de manera que las plantas den un toque de elegancia a las zonas verdes y alrededores.

Funciones.

- Sembrar plantas.
- Cuidar, abonar y regar plantas.
- Cortar arbustos.
- Realizar cortes a las hojas de los árboles.
- Limpiar zonas verdes.
- Solicitar productos necesarios al encargado de mantenimiento.
- Elaborar canastas de plantas ornamentales.

- **Mucamas**

Perfil

Sexo: Femenino.

Edad: Mayor de 18 años.

Experiencia: Mínimo 6 meses de experiencia.

Aptitudes: Sociable, dinámica, ágil.

Objetivo del puesto.

Atender a los huéspedes, manteniendo limpias las habitaciones.

Funciones.

- Limpiar todas las áreas del centro turístico excluyendo zonas verdes y habitaciones.
- Limpiar pisos de cocina y mesas del café-restaurante.
- Lavar platos.
- Lavar ropa de cama, cortinas, manteles, mantas, delantales.
- Limpiar pisos y baños de habitaciones.
- Cambiar ropa de cama de habitaciones.
- Atender órdenes de comida de los clientes que permanecen en las habitaciones.

- **Vigilantes**

Perfil

Sexo: Masculino.

Edad: Mayor de 18 años.

Experiencia: Mínimo 1 año de experiencia.

Aptitudes: Sociable y dinámico.

Habilidad para el manejo de armas.

Objetivo del puesto.

Vigilar las áreas del establecimiento, haciendo de estas un lugar seguro para los visitantes.

Función

- Vigilar las 24 horas el establecimiento en interiores y exteriores.

5.7.3 MATRIZ DE ACTIVIDADES DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE SERVICIOS DEL PROYECTO.

Cuadro N°167

Puesto	Actividades diarias	Actividades semanales	Actividades mensuales
Gerente	Supervisar las áreas, abrir la caja, asegurar la calidad de los servicios, autorizar las compras, atender reclamos de clientes.	Revisar listado de compras, comprobar los faltantes de almacén, autorizar las compras, autorizar el pago de facturas, analizar resultado de ventas semanales.	Autorizar pago de planillas, analizar libros contables, evaluar el desempeño de los empleados, analizar reportes de ventas, establecer estrategias de ventas, establecer estrategia de publicidad para el mes entrante.
Asistente de gerente	Revisar reporte de facturación, contabilizar facturas, controlar hora de llegada de los empleados, atender solicitudes de los empleados, contabilizar gastos, autorizar salidas de caja, apoyar la supervisión de las áreas.	Determinar faltantes de almacén, elaborar listado de compras, cotizar, realizar pedidos, cancelar facturas.	Entregar reporte mensual de ventas, Pago de planilla, Pago de AFP.
Cajero	Emitir facturas y créditos fiscales, realizar salidas de caja, realizar cierre de caja, entregar reporte de facturación.	Elaborar reportes consolidados de facturas.	Entrega de reporte mensual de facturación.

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro N°168

Puesto	Actividad diaria	Actividad semanal
Cocinero	Preparar desayunos, preparar almuerzos, preparar pedidos de cabañas, limpiar cocina.	Verificar existencias y faltantes de insumos, entregar listado de faltantes al asistente de la gerencia.
Mesero	Atender clientes del restaurante, limpiar mesas, tomar ordenes de los clientes, cobrar, cancelar en caja las facturas	No tiene tareas semanales.
Mucama	Limpiar cabañas, limpiar área de restaurante, lavar toallas y ropa de cama, atender pedidos de las habitaciones	Verificar la existencia de utensilios de limpieza y productos de habitaciones, elaborar listado de faltantes, entregar listado al asistente de la gerencia.
Jardinero	Limpiar las zonas verdes, cuidar las plantas, abonar las plantas, limpiar la zona de parqueo.	Inspeccionar el estado de plantas, flores y árboles.
Vigilante	Vigilar el interior y exterior de la zona, garantizar la seguridad del lugar.	No tiene tareas semanales.
Guía turístico	Ofrecer rutas turísticas a los visitantes, dirigir a los visitantes al destino que elijan, organizar campings.	Reportar número de tours y campings que se realizaron.

Fuente: Elaboración propia.

5.7.4 PROVISIÓN DE RECURSOS HUMANOS.

Será importante para la ejecución del proyecto contar con una buena oferta laboral para atraer una buena cantidad de personas (mercado de recursos humanos) que sean candidatas a cubrir las plazas disponibles, como prioridad estarán los habitantes de la comunidad o los empleados de la cooperativa como una oportunidad para poder ejercer una nueva función.

Se debe ofrecer un buen clima laboral para lograr la motivación tanto intrínseca como extrínseca de los empleados del proyecto y de esta forma ofrecer estabilidad laboral y buenas prestaciones que les permitan identificarse e involucrarse de mejor manera en sus funciones y alcanzar la productividad.

Reclutamiento: Es una actividad cuyo objetivo inmediato es atraer a los candidatos de entre los cuales se seleccionaran a los futuros integrantes del proyecto. Anteriormente se ha definido que sean los habitantes de la comunidad o empleados actuales de la cooperativa que cumplan con el perfil solicitado por los diferentes puestos quienes formen parte del mercado de recursos humanos para el proyecto.

Reclutamiento Interno: Se recomienda poder realizar un proceso de reclutamiento interno en el cual se puede reubicar a los empleados de la cooperativa en alguna de las vacantes requeridas por el proyecto, pudiendo ser más económico, rápido y motivante para los que actualmente se encuentran laborando.

Reclutamiento externo: En este método se requerirá de los servicios de personas que no pertenecen a la cooperativa pero que serán los habitantes de la

comunidad con potenciales cualidades para optar por alguna de las plazas disponibles y laborar en el proyecto.

Para seleccionarlos se podrán realizar las siguientes actividades:

- Que los empleados de la empresa o miembros del consejo administrativo puedan proponer candidatos.
- Carteles o anuncios pegados en el portón de la Cooperativa.
- Contactos con la ADESCO y otras asociaciones dentro de la comunidad.

Estas técnicas resultarán prácticas y de bajo costo para la cooperativa y contribuirá a no perder la visión principal la cual es llevar fuentes de empleo y desarrollo para la comunidad.

Selección del personal: La función principal de la selección es escoger entre los candidatos reclutados aquellas personas que se pueden llegar a adaptar más rápido y bien a las funciones requeridas por los cargos del proyecto. Es decir, elegir al sujeto adecuado para el cargo adecuado.

Se seguirá un modelo de selección en el cual para algunos puestos pueden existir varios candidatos con la posibilidad de que si alguno de ellos no se selecciona para la vacante que aspira puede ser candidato para otra.

Las técnicas para la selección de personal que se utilizarán son las siguientes:

- 1- Entrevista dirigida: El consejo administrativo se encargará de entrevistar a los seleccionados de manera estandarizada y realizar una revisión de su hoja de vida, consultar sobre anteriores trabajos, aptitudes, fortalezas y

debilidades de cada persona, de los cuales se deberán tomar nota para poder verificar si se adapta al cargo requerido.

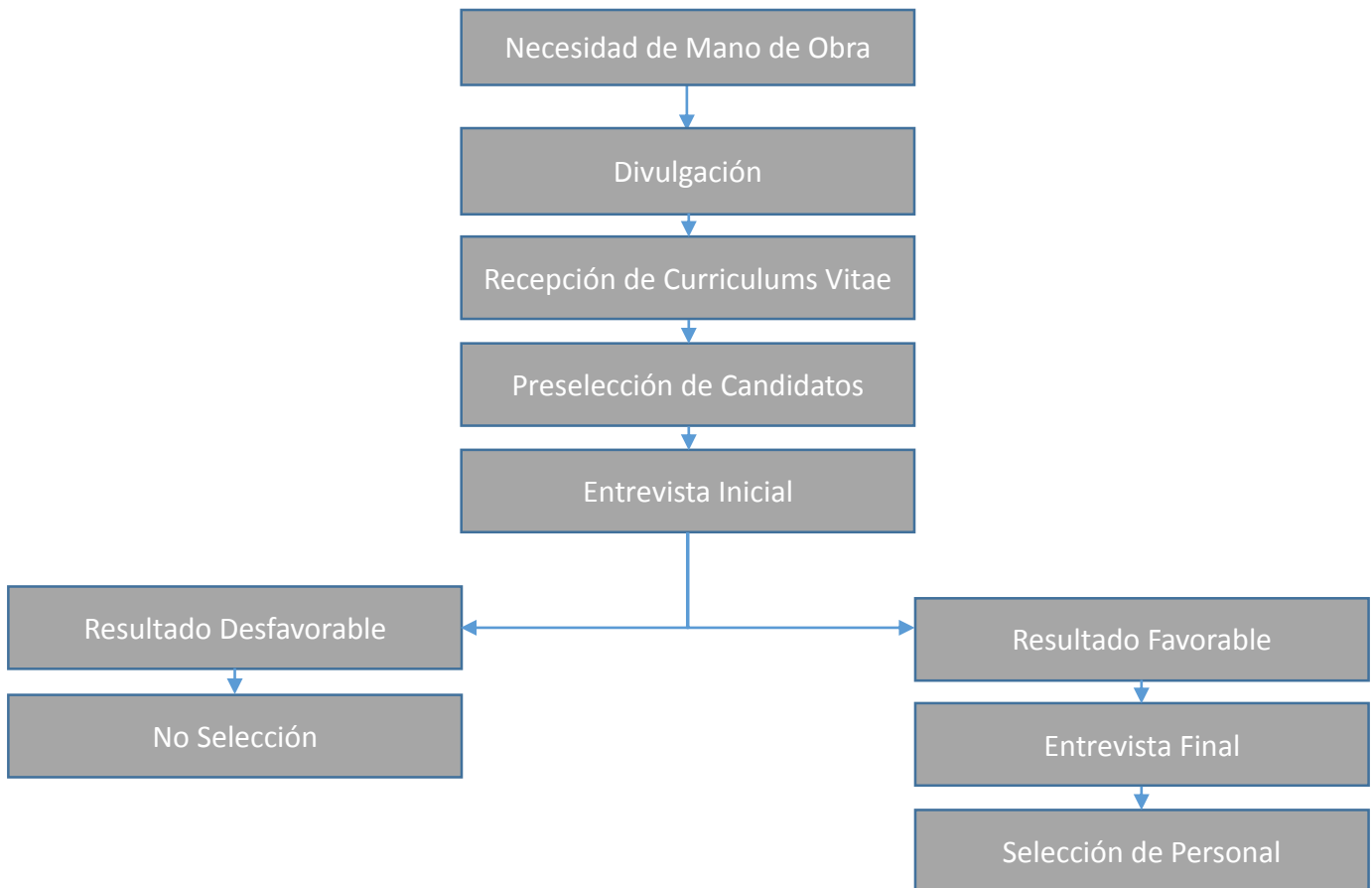
Se programaran jornadas de entrevista, y se anunciará a los preseleccionados los detalles y protocolo a seguir, se debe preparar un buen ambiente, en un lugar ameno, se recomienda el segundo nivel de las oficinas administrativas de la Cooperativa y generar un ambiente cómodo para que el candidato no se sienta nervioso o intimidado y contestar con facilidad.

Se realizará una entrevista inicial que permitirá a los miembros del consejo administrativo conocer y tener un perfil de los candidatos, se evaluaran aspectos como: presentación, actitud, dinamismo, conocimientos, experiencia, entre otros indicados anteriormente en el perfil requerido por el puesto.

Finalmente se tomará la decisión en consenso entre los miembros del consejo administrativo para poder elegir a las personas que desempeñaran los cargos propuestos, dicha decisión será secuencial en dos etapas, es decir las entrevistas hechas a los candidatos determinaran la aceptación o el rechazo.

Se deberá tener un control y evaluación de los procesos de selección que permita demostrar que el proceso fue eficaz y eficiente, es decir, que los involucrados se encuentren satisfechos por las selecciones del personal, saber que se aplicaron bien las entrevistas, el tiempo y el costo que se invirtió en realizarlo.

Esquema de proceso de selección de personal.



5.7.5 EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO.

La responsabilidad de la evaluación del desempeño de los empleados será responsabilidad del gerente, quien se encargará de elaborar informes para el consejo administrativo sobre los diferentes criterios que contribuyan a medir los resultados que se obtienen y como se cumplen los objetivos del proyecto, de esta forma se podrán corregir los errores y tener a una buena retroalimentación.

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO	Fecha: _____
Nombre _____	Cargo _____
Indicación: califique del 1 al 10 el desempeño del empleado en su función.	
I. Desempeño de su función.	
Actitud al trabajo: _____	
Calidad: _____	
Conocimiento de sus funciones: _____	
Cooperación: _____	
Productividad: _____	
II. Características individuales	
Creatividad: _____	
Iniciativa: _____	
Comprensión: _____	
Compromiso: _____	
III. Evaluación complementaria	
Puntualidad _____	
Progreso: _____	

Este formulario para la evaluación del desempeño será llenado para el gerente cada cierto tiempo ya sea trimestralmente o semestralmente, para tener una idea en base a los criterios por calificar de como el personal realiza sus funciones.

5.7.6 PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN.

Se solicitará del apoyo del CORSATUR y del MITUR, entes que ofrecen capacitaciones gratuitas a los empleados de los centros turísticos inscritos al registro nacional de turismo, quienes se encargan de emitir los carnet de guía turístico autorizado y capacitan constantemente en temáticas importantes para los empleados del proyecto tales como atención al cliente, salubridad y manejo de alimentos, mantenimiento de instalaciones, servicios de alojamiento, entre otras.

También se contará con el apoyo de CEDEMYPE quienes brindan capacitaciones sin costo a este tipo de proyectos, basta con solicitarlo y elaboran un diagnóstico para conocer los aspectos en los cuales será necesario capacitar al personal que labora en el proyecto.

Estas capacitaciones se impartirán en la segunda planta de las oficinas administrativas, también en la alcaldía de Osicala o en diferentes lugares donde sean desarrolladas por ambas instituciones.

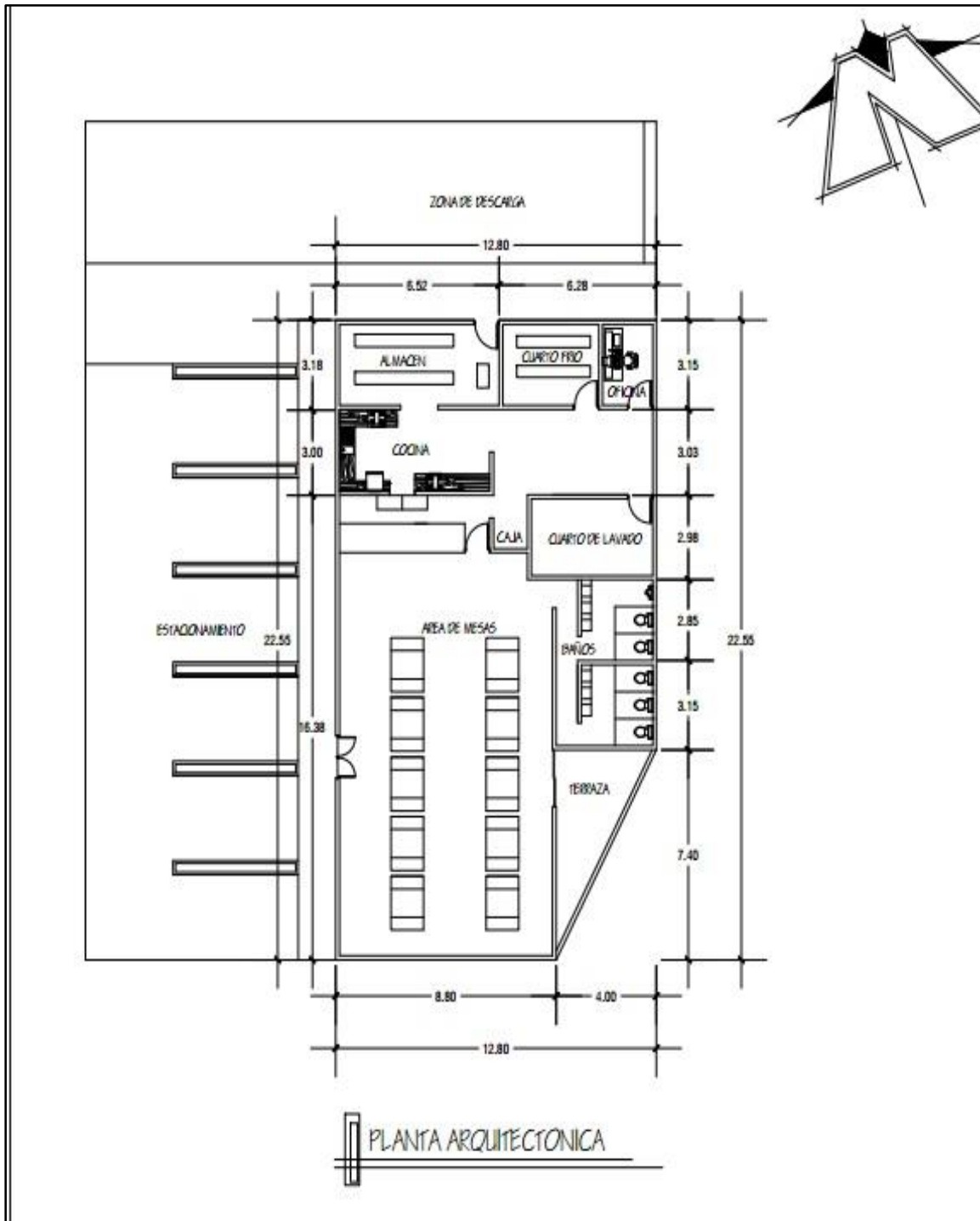
5.7.7 SEGURIDAD E HIGIENE OCUPACIONAL.

Seguirán bajo el programa de seguridad e higiene ocupacional que se emplea en la Cooperativa, se establecerán salidas de emergencia, puntos de encuentro ante sismos u otros siniestros, extintores, botiquines, camillas y capacitaciones a los empleados sobre primeros auxilios impartidas por el promotor de salud de la comunidad.

5.7.8 PROGRAMACIÓN DEL PERSONAL.

PERSONAL	HORARIO																							
	AM						PM												AM					
	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6
COCINEROS																								
MESEROS																								
VIGILANCIA																								
JARDINERO																								
CAJA/RECEPCION																								
ADMINISTRACION																								
ENCARGADO DE TOURS																								
MUCAMAS																								

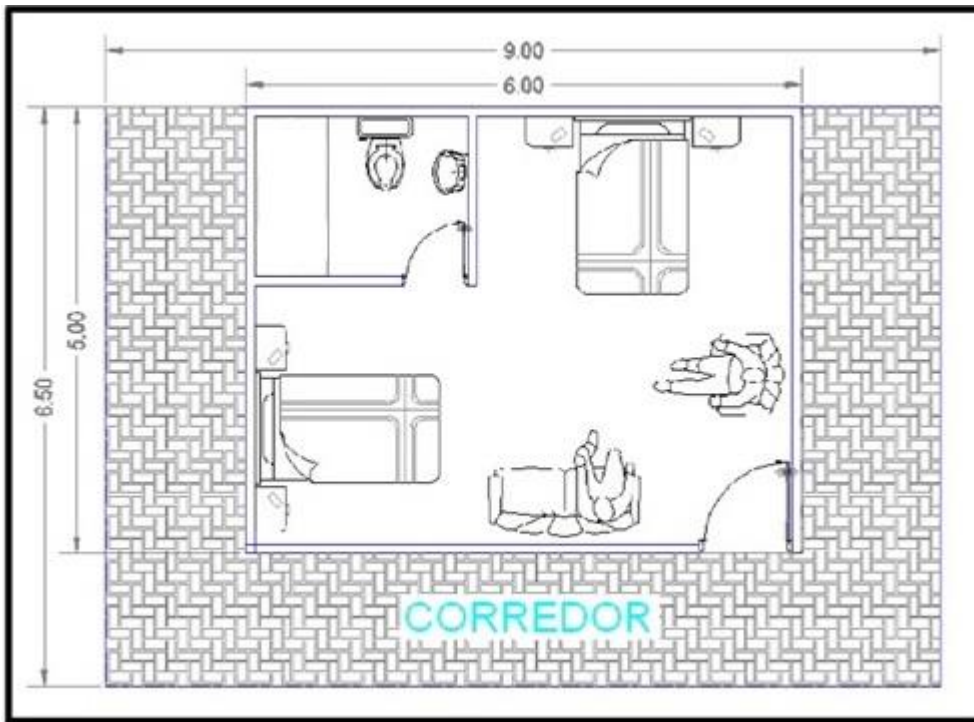
5.8 PLANOS Y DISTRIBUCIÓN DEL PROYECTO.



5.8.1. PLANTA ARQUITECTÓNICA DE RESTAURANTE.



5.8.2. PLANO DE CABAÑAS.



5.9 ESTUDIO FINANCIERO.

5.9.1 GENERALIDADES DEL ESTUDIO FINANCIERO.

Se ha determinado en el estudio de mercado que existe un mercado potencial por cubrir y que no hay impedimentos técnicos para realizar el proyecto tanto para la Cooperativa como para la ADESCO y habitantes de la comunidad.

En el presente estudio económico se pretende determinar cuál será el valor estimado de la inversión inicial en la que se tendrían que incurrir para desarrollar el proyecto, para determinar estos costos se realizaron cotizaciones y se escogió el mobiliario y equipo con los precios más accesibles en el mercado.

5.9.2 INVERSIÓN INICIAL DE ACTIVO FIJO.

El valor de la inversión inicial incluye el costo por obra civil y la inversión que se realizará en mobiliario y equipo, no será necesaria la adquisición de terrenos porque el proyecto será en las propiedades de la cooperativa.

Cuadro N°169

Obra civil	\$146,000.00
Mobiliario y equipo de restaurante	\$5, 357.00
Mobiliario y equipo de cabañas	\$4,690.00
Mobiliario y equipo de oficina	\$1,760.00
Subtotal	\$157,807.00
5% Imprevistos	\$7,890.35
Inversión total de activo fijo	\$165,697.35

Fuente: Elaboración propia.

Cuadro N°170

PRESUPUESTO PARA CONSTRUCCIÓN DE RESTAURANTE Y CABAÑAS	
NOMBRE:	COMPLEJO AGROTURISTICO RUTA SAN CARLOS
DIRECCIÓN INMUEBLE:	CANTÓN LA MONTAÑITA, OSICALA, MORAZÁN.

PARTIDA No 1: PREPARACION Y TERRACERIA. TOTAL PARTIDA: \$5,000.00
PARTIDA No 2: INSTALACIONES PROVISIONALES. TOTAL PARTIDA: \$1,000.00
PARTIDA No 3: OBRAS DE PROTECCION. TOTAL PARTIDA: \$9,000.00
PARTIDA No 4: FUNDACIONES. TOTAL PARTIDA: \$10,000.00
PARTIDA No 5: PAREDES Y REFUERZOS ESTRUCTURALES. TOTAL PARTIDA: 30,000.00
PARTIDA No 6: AGUA POTABLE. TOTAL PARTIDA: \$2,000.00
PARTIDA No 7: AGUAS NEGRAS. TOTAL PARTIDA: \$2,000.00
PARTIDA No 8: AGUAS LLUVIAS. TOTAL PARTIDA: \$10,000.00
PARTIDA No 9: ELECTRICIDAD TOTAL PARTIDA: \$5,000.00
PARTIDA No 10: TECHOS TOTAL PARTIDA: \$9,000.00
PARTIDA No 11: ACABADOS. TOTAL PARTIDA: \$9,000.00
PARTIDA No 12: PISOS TOTAL PARTIDA: \$5,000.00
PARTIDA No 13: PUERTAS. TOTAL PARTIDA: \$11,,000
PARTIDA No 14: VENTANAS. TOTAL PARTIDA: \$10,000.00
PARTIDA No 15: ARTEFACTOS Y SANITARIOS. TOTAL PARTIDA: \$5,000.00
PARTIDA No 16: EQUIPOS Y DECORACÖN. TOTAL PARTIDA: \$4,000
PARTIDA No 17: OBRAS EXTERIORES. TOTAL PARTIDA: \$19,000
COSTO TOTAL DE LA OBRA :\$146,000.00

5.9.3 GASTOS POR CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA Y AGUA.

Para establecer el gasto mensual por consumo de energía eléctrica, se estableció un estimado de consumo diario en Kilowatts por hora (KWH) en cada una de las áreas dentro de las instalaciones.

Este valor se multiplicó por la tarifa establecida por la E.E.O. El Salvador y se obtuvo el valor estimado de consumo en cada una de las áreas. La sumatoria de estos gastos por área, representa el gasto por consumo total mensual de energía eléctrica.

A este valor obtenido se le agregaron las tarifas por uso de la red y el gasto fijo por atención al cliente. Ambos establecidos por el proveedor del servicio, E.E.O.

En la siguiente tabla se muestra el detalle de este cálculo:

Cuadro N°171

Área	Consumo diario	Consumo mensual	Costo por consumo
Cabañas	2	60	\$6.10
Restaurante	12.06	361.80	\$36.76
Cocina	7.56	226.80	\$23.05
Oficina	1.60	48	\$4.88
Exteriores	11.5	345	\$35.06
Total	34.72	1,041.60	\$105.83

Fuente: Elaboración propia.

Cargo por KWH: \$0.1016

Cargo por atención al cliente mensual: \$0.7056

Cargos por mantenimiento y uso de la red: \$12.3558

Gasto mensual: \$105.83+\$0.7056+\$12.3558= **\$118.90**

Gasto anual estimado: **\$1,426.80**

Nota: Datos estimados.

En cuanto al servicio de agua potable no se incurrirá en ningún gasto debido a que la Cooperativa es la encargada de suministrar el servicio a toda la comunidad por lo que el costo de la cantidad de metros cúbicos que el proyecto requiera será absorbido por la misma.

5.9.4 GASTOS ADMINISTRATIVOS.

Los gastos administrativos representan los gastos en que se incurrirá para liquidar los salarios del personal, los gastos por compra de papelería y los gastos por servicio de telefonía fija.

En la siguiente tabla se muestran los salarios de cada uno de los empleados.

Cuadro N°172

N°	CARGOS	CANTIDAD	SALARIO MENSUAL	AFP (6.75%)	ISSS (7.50%)	VACACION	COSTO/MES EMPLEADO	COSTO ANUAL	
1	Gerente General	1	\$800.00	\$54.00	\$60.00	\$520.00	\$914.00	\$11,088.00	
2	Asistente Administrativo	1	\$450.00	\$30.38	\$33.75	\$292.50	\$514.13	\$6,237.00	
3	Guía Turístico	1	\$300.00	\$20.25	\$22.50	\$195.00	\$342.75	\$4,158.00	
4	Mesero	2	\$ 300.00	\$20.25	\$22.50	\$195.00	\$685.50	\$8,316.00	
5	Cajera	1	\$300.00	\$20.25	\$22.50	\$195.00	\$342.75	\$4,158.00	
6	Mucama	1	\$300.00	\$20.25	\$22.50	\$195.00	\$342.75	\$4,158.00	
7	Ordenanza	1	\$300.00	\$20.25	\$22.50	\$195.00	\$342.75	\$4,158.00	
8	Cocinero	2	\$300.00	\$20.25	\$22.50	\$195.00	\$685.50	\$8,316.00	
9	Vigilantes	2	\$260.00	\$17.55	\$19.50	\$169.00	\$594.10	\$7,207.20	
TOTAL							\$2,151.50	\$4,764.23	\$57,796.20

Fuente: Elaboración propia.

A este gasto se le suma el costo de compra de papelería tanto para oficina como para restaurante que se detalla a continuación:

Cuadro N°173

Suministros de oficina		
Detalle Cantidad	Unidad de Medida	Cantidad
Hojas de Papel Bond	Resma	10
Engrapadoras	Unidad	4
Grapas	Cajas	5
Sacagrapas	Unidad	3
Clips	Cajas	10
Perforadores	Unidad	4
Tinta de Impresora (Negro)	Cajas	5
Tinta de Impresora (Color)	Unidad	5
Folders de Cartón	Unidad	100
Ampos para archivo	Unidad	10
Almohadillas	Unidad	4
Lapiceros y lápices	Cajas	10
Papelería (Tickets)	Cajas	5
Libretas de Apuntes	Unidad	20
Borradores	Unidad	5
Sacapuntas	Unidad	5
Resaltadores	Cajas	3
Total de suministro de oficina anual cotizado		\$1,300.00

Fuente: Elaboración propia.

El costo por servicio de telefonía fija de \$20 mensuales repartidos en un 50% por su uso en oficina, energía distribuida en un 20% del costo, mantenimiento en un

67% del costo mensual cotizado por \$250.00 por el uso de dos equipos informáticos.

Cuadro N°174

Gastos Administrativos	
Salarios	\$57,796.20
Papelería de oficina	\$1,300.00
Telefonía (50%)	\$120.00
Energía eléctrica (20%)	\$286.00
Mantenimiento (67%)	\$2,010.00
Total Anual	\$61,512.20

Fuente: Elaboración propia.

5.9.5. GASTOS DE VENTA.

Dentro de los gastos por venta se incluyeron los costos por consumo de energía eléctrica en un 80%, 50% destinado al mantenimiento y utensilios de limpieza para las cabañas, oficinas y restaurante, costos por mantenimiento de equipo informático en un 33%, del costo mensual, la telefonía fija en un 50% del costo mensual y la publicidad.

Cuadro N°175

Tipo de costo	Costo Mensual	Costo Anual
Publicidad	\$1,500.00	\$18,000.00
Mantenimiento de instalación	\$150.00	\$1,800.00
Energía eléctrica (80%)	\$95.12	1,141.44
Telefonía fija (50%)	\$10.00	\$120.00
Mantenimiento (33%)	\$83.00	\$990.00
Total	\$1,838.12	\$22,051.44

Fuente: Elaboración propia.

5.9.6. ACTIVO FIJO.

Para determinar este valor se enlistó el mobiliario y equipo del restaurante, de las oficinas y de las cabañas incluyendo las tiendas para acampar. Cada uno de ellos con su valor asociado en base a cotizaciones y además brindando la oportunidad a las personas que conocen el oficio de la carpintería en la comunidad para que puedan elaborar los muebles que se necesitarán.

En las siguientes tablas se muestra el detalle de mobiliario y equipo en que se invertirá:

Cuadro N°176

Mobiliario y Equipo de Restaurante Valor	Cantidad
Cocina de gas \$ 800.00	2
Plancha para azar de gas \$ 300.00	1
Licuadoras \$ 80.00	2
Batidora \$ 30.00	2
Utensilios de cocina \$ 500.00	1 juego
Cafetera \$ 30.00	1
Estanterías de metal \$ 200.00	2
Refrigeradora \$ 600.00	2
Freezer \$ 700.00	1
Mesas y sillas \$ 1,000.00	12
Manteles \$ 27.00	12
Lámparas \$ 120.00	4
Computadora \$ 500.00	1
Dispensador de refrescos \$450	1
Teléfono \$ 20.00	1
TOTAL \$ 5,357.00	

Mobiliario de Oficina Valor	Cantidad
Computadoras \$ 1,000.00	2
Escritorios \$ 300.00	2
Sillas \$ 120.00	2
Archivero \$ 320.00	1
Teléfono \$ 20.00	1
TOTAL \$ 1,760.00	
Mobiliario de Habitaciones Valor	Cantidad
Camas \$ 1,600.00	8
Juegos de cama \$200	8
Mesas \$ 320.00	4
Lámparas \$ 480.00	4
Buros con gavetas \$ 560.00	4
Ventilador \$ 100.00	4
Sillas \$ 630.00	16
Tiendas de acampar \$800	20
TOTAL \$ 4,690.00	
Total de activos fijos	\$11,807.00

Fuente: Elaboración propia.

5.9.7 CALCULO DE DEPRECIACIÓN Y VALOR DE SALVAMENTO.

Para calcular la depreciación de la obra civil, se asumió que al final de los ocho años el costo de la obra civil habrá disminuido un 20% de su valor inicial.

De manera que el valor residual de la obra civil para 8 años es equivalente a:
 $\$146,000.00 \times 0.80 = \$116,800.00$

En la siguiente tabla se muestra el cálculo de la depreciación del mobiliario y equipo del restaurante, oficina, cabañas y camping.

Valor de mobiliario y equipo: \$11,807.00

Valor de salvamento: \$2,361.40

Vida útil: 8 años

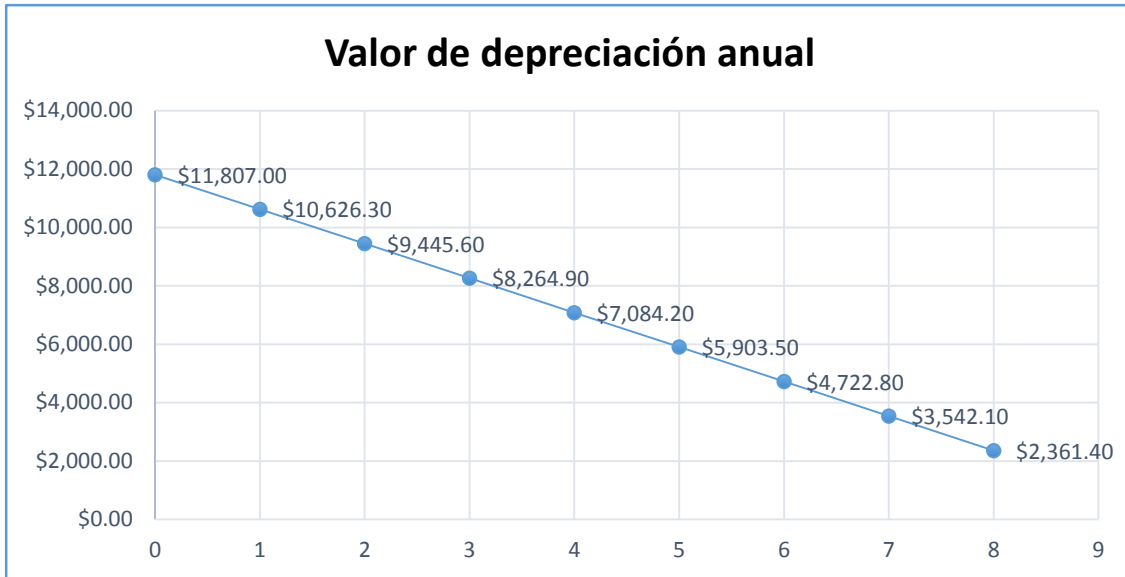
Método de depreciación: Línea recta

Cuadro N°177

Año	Valor de depreciación anual (10%)	Depreciación acumulada
0	\$1,180.70	\$11,807.00
1	\$1,180.70	\$10,626.30
2	\$1,180.70	\$9,445.60
3	\$1,180.70	\$8,264.90
4	\$1,180.70	\$7,084.20
5	\$1,180.70	\$5,903.50
6	\$1,180.70	\$4,722.80
7	\$1,180.70	\$3,542.10
8	\$1,180.70	\$2,361.40

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico de depreciación.



5.9.8 INGRESOS E INVERSIÓN INICIAL.

Para poder determinar los ingresos es necesario saber cuáles serán los costos o gastos por funcionar, por lo cual es necesario determinarlos.

Inversión Inicial: \$165,597.35

NOTA: La inversión inicial se podría gestionar mediante Fundación Campo para que pueda ser donada por una institución o consulado de países amigos.

Costo Anual Fijo: \$61,512.20 (GA) + \$22,051.44 (GV)= \$83,563.64

Costo Anual Variable: \$83,563.64 X 0.10= \$8,356.36

El cálculo anterior es para el primer año, para los años consecuentes el crecimiento de los costos variables se verá afectado por el índice de crecimiento de la demanda, que en nuestro caso sería de 42% anual, según la demanda histórica de los últimos 5 años, en documentos emitidos por el Corsatur.

Al obtener los costos totales anuales, es necesario determinar la cantidad de personas que utilizaran las instalaciones para determinar el costo de funcionamiento por persona, dicho dato lo obtendremos de la demanda proyectada previamente:

- Demanda proyectada: 5,337
- Costo por persona: \$15.66 + \$1.56 = \$17.22

Teniendo en cuenta que en el estudio de mercado se obtuvo que las personas gastan entre 15 y 20 dólares en cada paseo por cada integrante de la familia, un dato promedio de gasto sería de \$17.5, dato que es mayor al costo por persona.

Para poder realizar el flujo de efectivo para los primeros 5 años del proyecto es necesario conocer la amortización del financiamiento del proyecto, el cual es el 80% de la inversión inicial dicha cantidad ascenderá a \$132,557.88 a una tasa de interés anual de 13.5%.

El cálculo quedaría de la siguiente manera:

$$A = \frac{I \cdot i}{1 - (1 + i)^{-n}}$$

$$A = \frac{\$132,557.88(0.135)}{1 - (1 + 0.135)^{-5}}$$

$$A = \frac{\$17,895.31}{0.46909026}$$

$$A = \$38,148.97$$

Cuadro de amortización.

Cuadro N°178

Año	Interés (13.5%)	Capital	SalDOS	Anualidad
0	\$0	\$0	\$132,557.88	\$0
1	\$17,895.31	\$20,253.66	\$112,304.22	\$38,148.97
2	\$15,161.07	\$22,987.90	\$ 89,316.32	\$38,148.97
3	\$12,057.70	\$26,091.27	\$ 63,225.05	\$38,148.97
4	\$ 8,535.38	\$29,513.59	\$ 33,611.46	\$38,148.97
5	\$ 4,537.54	\$33,611.46	\$0	\$38,149.00

Fuente: Elaboración propia.

Para efectos de la elaboración del flujo de efectivo será necesario sumar todos los egresos que habrán en el proyecto sean estos fijos o variables.

Cuadro N°179

Año	Costos fijos	Costos variables	Amortización	Total
1	\$83,563.64	\$ 8,356.36	\$38,148.97	\$130,068.97
2	\$83,563.64	\$11,821.68	\$38,148.97	\$133,534.29
3	\$83,563.64	\$16,787.16	\$38,148.97	\$138,499.77
4	\$83,563.64	\$23,836.80	\$38,148.97	\$145,549.41
5	\$83,563.64	\$33,848.88	\$38,149.00	\$155,561.52

Fuente: Elaboración propia.

Por tanto el flujo de efectivo para los primeros 5 años sería de:

Cuadro N°180

Año.	Inversión Inicial	1	2	3	4	5
Egresos	\$165,697.35	\$130,068.97	\$133,534.29	\$138,499.77	\$145,549.41	\$155,561.49
Ingresos		\$93,397.50	\$132,615.00	\$188,317.50	\$267,417.50	\$379,732.50
Flujo de efectivo	\$165,697.35	-\$36,671.47	-\$919.29	\$49,817.73	\$121,968.09	\$224,170.98

Fuente: Elaboración propia.

En donde los ingresos se dividirán en la siguiente manera, 56.83% de alojamiento y 43.17% de restaurante, divididos a partir de los insumos que consumen en salario cada sección.

Cuadro N°181

Año	1	2	3	4	5
Alojamiento.	\$53,077.80	\$75,365.10	\$107,010.89	\$151,953.47	\$215,772.14
Restaurante.	\$40,319.70	\$57,249.90	\$81,289.11	\$115,429.03	\$163,907.86

Fuente: Elaboración propia.

5.9.9. VALOR ACTUAL NETO.

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{V_t}{(1+K)^t} - I_0$$

Donde:

V_t : Representa los flujos de efectivo.

I_0 : Es la Inversión Inicial.

n : Numero de periodos.

K : Tasa de interés.

Para realizar el cálculo del Valor Actual Neto, es necesario una tasa “K” que esté vigente en el mercado, utilizaremos la tasa de interés proporcionada por el Banco de Fomento Agropecuario, debido a que es el banco con el que trabaja la Cooperativa más a menudo; la tasa a utilizar será de 13.5%⁵².

$$VAN = \frac{-\$36,671.47}{(1+0.135)} + \frac{-\$919.29}{(1+0.135)^2} + \frac{\$49,817.73}{(1+0.135)^3} + \frac{\$121,968.09}{(1+0.135)^4} + \frac{\$224,170.98}{(1+0.135)^5} - \$165,697.35$$

$$VAN = -\$32,309.66 - \$713.61 + \$34,071.89 + \$73,495.84 + \$119,014.56 - \$165,697.35$$

$$\underline{VAN = \$27,861.67}$$

⁵²Tasas de interés, comisiones, recargos y cargos a cuentas de terceros. Vigentes del 1 al 30 de Abril del 2015. Publicado por la Superintendencia del Sistema Financiero de El Salvador.

5.9.10 TASA INTERNA DE RETORNO.

$$\frac{-\$36,671.47}{(1+i)} + \frac{-\$919.29}{(1+i)^2} + \frac{\$49,817.73}{(1+i)^3} + \frac{\$121,968.09}{(1+i)^4} + \frac{\$224,170.98}{(1+i)^5} - \$165,697.35 = 0$$

$$i: 0.16 = \$8,014.85$$

$$i: 0.18 = -\$6,217.51$$

$$\frac{8,014.85 + 6,217.51}{0.16 - 0.18} = \frac{0 + 6,217.51}{X - 0.18}$$

$$\frac{14,232.36}{-0.02} = \frac{6,217.51}{X - 0.18}$$

$$-711,618 (X - 0.18) = 6,217.51$$

$$-711,618X + 128,091.24 = 6,217.51$$

$$-711,618X = -121,873.73$$

$$X = \frac{-121,873.73}{-711,618}$$

$$X = 17.12\%$$

TIR > i por lo tanto se puede afirmar que el proyecto es factible y generara utilidades para la Cooperativa.

5.9.11. PUNTO DE EQUILIBRIO.

En este apartado se presenta saber cuánto sería la demanda mínima que ocuparía el proyecto para poder cubrir todos sus costos de operación, en nuestro caso dicho punto de equilibrio quedara de la siguiente manera:

Cuadro N°182

Año	1	2	3	4	5
Costos Fijos.	\$83,563.64	\$83,563.64	\$83,563.64	\$83,563.64	\$83,563.64
Costos Variables.	\$8,356.36	\$11,821.68	\$16,787.16	\$23,836.80	\$33,848.88
Consumo promedio.	\$17.50	\$17.50	\$17.50	\$17.50	\$17.50
Punto de equilibrio.	5,253*	5,451*	5,734*	6,137*	6,709*

Fuente: Elaboración propia. *Este número de personas hay que agruparlas en familias de 5 integrantes cada una.

5.9.12 BALANCE GENERAL INICIAL.

BALANCE GENERAL INICIAL

Al 01 de enero de año 20xx

Asociación Cooperativa San Carlos Dos de R.L.

Expresado en Dólares de los Estados Unidos de América.

ACTIVOS			\$ 165,697.35
ACTIVOS CIRCULANTE		<u>\$ 9,190.35</u>	
EFFECTIVOS	\$ 7,890.35		
Inventario de Papelería	<u>\$ 1,300.00</u>		
ACTIVO FIJO		<u>\$ 156,507</u>	
Obra Civil	\$ 146,000.00		
Mobiliario y Eq. de Restaurante	\$ 4,317.00		
Mobiliario y Eq. de Oficina	\$ 1,500.00		
Mobiliario de Habitaciones	<u>\$ 4,690.00</u>		
PASIVOS			\$ 132,557.88
PASIVOS CIRCULANTE			
Préstamo		<u>\$ 38,148.97</u>	
PASIVO NO CIRCULANTE			
Prestamos 5 Años		<u>\$ 112,304.22</u>	
CAPITAL			\$ 33,139.47
Capital Social 20%		<u>\$ 33,139.47</u>	
PASIVO + CAPITAL			\$ 165,697.35

5.9.13 ESTADO DE RESULTADO PRO FORMA.

ESTADO DE RESULTADO PRO FORMA

Año	1	2	3	4	5
Ingresos	\$ 96,051.39	\$ 136,383.26	\$ 193,668.04	\$ 275,015.17	\$ 390,521.11
(-Costos de Producción)	\$ 66,152.56	\$ 69,617.88	\$ 74,583.36	\$ 81,633.00	\$ 91,645.08
Utilidad Marginal	\$ 29,898.83	\$ 66,765.38	\$ 119,084.68	\$ 193,382.17	\$ 298,876.03
				\$	
(-Gastos de Administración)	\$ 3,456.00	\$ 3,456.00	\$ 3,456.00	3,456.00	\$ 3,456.00
(-Gastos de Venta)	\$ 22,311.44	\$ 22,311.44	\$ 22,311.44	\$ 22,311.44	\$ 22,311.44
				\$	
(-Gastos de Financieros)	\$ 17,895.31	\$ 15,161.07	\$ 12,057.70	8,535.38	\$ 4,537.54
Utilidad antes de Impuestos	\$ (13,763.92)	\$ 25,836.87	\$ 81,259.54	\$ 159,079.35	\$ 268,571.05
				\$	
(-Impuestos)	\$ 2,653.89	\$ 3,768.26	\$ 5,350.54	7,597.67	\$ 10,788.61
Utilidad después de Impuestos	\$ (16,417.81)	\$ 22,068.62	\$ 75,909.00	\$ 151,481.68	\$ 257,782.44
(-Pago de Capital)	\$ 20,253.66	\$ 22,987.90	\$ 26,091.27	\$ 29,513.59	\$ 33,611.46
Flujo Neto de Efectivo	\$ (36,671.47)	\$ (919.28)	\$ 49,817.73	\$ 121,968.09	\$ 224,170.98

5.9.14 RAZONES FINANCIERAS.

Las razones de liquidez.

Miden la capacidad de la empresa para cumplir con sus obligaciones a corto plazo. Entre ellas se encuentra la razón circulante y la tasa de la prueba del ácido.

Tasa de Deuda.

Mide el grado en que la empresa se ha financiado por medio de la deuda. Determinando el porcentaje total de los fondos que proviene de instituciones de crédito.

$$\text{Razón circulante} = \frac{\text{activo circulante} \quad \$9,190.35}{\text{pasivo circulante} \quad \$38,148.97} = 0.24$$

$$\text{Prueba Acido} = \frac{\text{Activo Circulante} - \quad \$7,890.35}{\text{pasivo circulante} \quad \$38,148.97} = 0.20$$

$$\text{Tasa de Deuda} = \frac{\text{deuda total} \quad \$132,557.88}{\text{activo total} \quad \$165,697.35} = 0.80$$

5.10 MARCO LEGAL Y FACTORES RELEVANTES.

Las asociaciones cooperativas de cafetaleros que se pueden conformar para el desarrollo del proyecto de conversión de las fincas cafetaleras a una industria agroturística, pueden variar de acuerdo al tipo de sociedad que se desee conformar, según el Código de Comercio de El Salvador.

Existen sociedades de personas y sociedades de capitales; entendiéndose por sociedad como “El ente jurídico resultante de un contrato solemne celebrado entre dos o más personas que estipulan poner en común bienes o industria, con la finalidad de repartir entre sí los beneficios que provengan de los negocios a los que van a dedicarse”.

Sociedades cooperativas.

Las Sociedades Cooperativas deben estar conformadas por un mínimo de diez socios y para conformar una sociedad anónima puede realizarse entre dos o más personas.

Las sociedades cooperativas se rigen de acuerdo al tipo de sociedad que hayan adaptado en su constitución y los lineamientos son iguales a los de las sociedades anónimas en cuanto a balances, responsabilidad de los administradores y vigilancia del auditor.

Requisitos a presentar para inscribirse en el registro nacional de turismo.

Según el reglamento general de la ley de turismo, el proyecto según su actividad se clasificara como: Alojamiento, alimentación y recreación por lo que según el art. 17 se deberán inscribir de esa forma.

Según el artículo 11, Literal c, del Reglamento General de La Ley de Turismo los requisitos específicos para poder inscribir el proyecto en estas actividades son los siguientes:

- 1- Permiso de Alcaldía Municipal de Oshana (Ya se cuenta)
- 2- Permiso de medio ambiente (Ya se cuenta)
- 3- Permiso del ministerio de salud (Pendiente)

Requisitos para guías de turismo:

Se otorgará carnet de guía por la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) mediante la realización del curso para guías que se imparte de manera gratuita.

Requisitos específicos para el proyecto.

Si es persona Jurídica:

- 1) Remisión de solicitud por parte del Representante Legal.
- 2) Fotocopia de la Inscripción de la Matricula de Empresas y Establecimiento en el Registro de Comercio, relacionada con la Empresa turística que desea inscribir.
- 3) Declaración Jurada.
- 4) Formulario para la inscripción en el Registro Nacional de Turismo deberá de estar completo.
- 5) Copia de la Escritura Pública de Constitución de la Sociedad debidamente inscrita en el Registro de Comercio.
- 6) Copia de DUI y NIT del Representante Legal.

Modelo de Declaración Jurada

Yo, _____, mayor de edad _____, del domicilio de _____, actuando en mi calidad de _____ de la sociedad _____ Declaro bajo juramento que toda la información contenida en el formulario de inscripción del Registro Nacional de Turismo, así como de sus anexos, son verdaderos y autorizo a la Corporación Salvadoreña de Turismo, para indagar sobre la certeza de la misma, comprometiéndome a suministrar cualquier otra información que pueda ser requerida.

_____, a los ____ días del mes de _____ de dos mil seis

Firma de titular

Representante Legal o Apoderado.

Pago para inscripción el Registro Nacional de Turismo.

El registro de cada una de sus Empresas Turísticas y del titular, causarán los siguientes derechos en Dólares de los Estados Unidos de América:

a) Inscripción de Empresas Turísticas de acuerdo a sus activos totales:

Hasta US\$ 12,000.00.....	US\$ 15.00
De US\$ 12,001.00 hasta US\$ 25,000.00.....	US\$ 25.00
De US\$ 25,001.00 hasta US\$ 50,000.00.....	US\$ 50.00
De US\$ 50,001.00 hasta US\$ 200,000.00.....	US\$ 100.00
De US\$ 200,000.00 en adelante.....	US\$ 200.00

b) Inscripción del Titular, ya sea persona natural o jurídica, Veinticinco Dólares (US\$ 25.00)

c) Renovación bianual de los respectivos registros, Veinticinco Dólares (US\$ 25.00).

199

d) Registro de traspasos, modificaciones y cancelaciones de registro a solicitud de parte interesada, Cincuenta Dólares (US\$ 50.00).

Los derechos antes mencionados se pagarán en la Tesorería Institucional de CORSATUR

5.11 IMPACTO AMBIENTAL.

Asimismo el proyecto propicia a la certificación Rainforest Alliance de esta manera el café cultivado bajo la sombra de los árboles, con criterios de salvaguardar la biodiversidad, no solo puede conservar el eco-sistema típico del bosque natural secundario sino que además se puede convertir en una rentable fuente de ingresos para los pequeños y medianos productores, tornando la producción de esta especialidad de café en un ejemplo de sostenibilidad.

Una de las características principales de los proyectos de Agroturismo es poder generar desarrollo sostenible, se respetarán las zonas protegidas de la Cooperativa, así mismo, el área en la que estará ubicado el complejo turístico y el proyecto será completamente amigable con el medioambiente.

Tomando en cuenta los impactos que se ha visto se generarán por la construcción y operación de este proyecto se deben establecer medidas de mitigación que brinden las herramientas necesarias para minimizar las consecuencias de los mismos.

Las medidas de mitigación a tomarse serán:

- Establecer basureros en las distintas áreas del complejo para realizar el reciclaje de los desechos que se producen tanto por las actividades para la operación de la Cooperativa como son la cocina, mantenimiento, limpieza, etc, como para las actividades que realizan los visitantes.

- Delimitar claramente los espacios por donde los visitantes y personal de la hacienda pueden transitar, principalmente en el área de los senderos en donde se tendrá especial cuidado para evitar que las personas se salgan de los mismos y causen mayores impactos negativos.

- Minimizar el ruido que se ocasionan las actividades humanas, es por eso que se ha decidido no instalar radios ni televisores en las habitaciones para que los visitantes puedan disfrutar de la paz de la naturaleza y a su vez evitar el ruido que producen estos electrodomésticos que afectan al medio ambiente.

- Crear una campaña de concientización para todos los visitantes para que entiendan la importancia que tiene preservar el medio ambiente.

Se debe tomar en cuenta que las evaluaciones de impactos ambientales se deben hacer periódicamente para establecer si las medidas de mitigación funcionan correctamente, si se ha pasado por alto algún impacto o si existe algún otro tipo de problema para corregirlo y continuar protegiendo el Medio Ambiente.

5.12 IMPACTO SOCIOECONÓMICO.

La importancia del sector agropecuario para el desarrollo rural y para el desarrollo económico de El Salvador radica en los siguientes factores:

- ii) La pobreza rural afecta a un poco más de dos tercios de su población.

- iii) El sector agropecuario sigue estando dentro de las principales fuentes de ingresos en el área rural.

- iv) Las zonas rurales ofrecen oportunidades para el desarrollo de actividades no agrícolas, como el turismo.

- v) Las actividades de las zonas rurales determinan en gran parte la condición de los recursos naturales del país.

Un aspecto muy importante a considerar es que las zonas rurales, también generan servicios ambientales para toda la población. El agua que utilizamos, la electricidad que consumimos, la conservación del patrimonio de biodiversidad, y los paisajes atractivos para el turismo, dependen de la calidad de vida de sus habitantes.

Lo expuesto anteriormente lleva a buscar opciones distintas para los agricultores, pero no siempre se pueden llevar cabo cambios en los rubros productivos de los agricultores debido a problemas con los suelos y clima, cuando estos no resultan apropiados para los nuevos cultivos.

De manera que los agricultores tienen una propuesta de desarrollo en el sector rural, que consiste en el impulso al turismo rural y agroturismo. como lo describe el documento, orientado inicialmente a segmentos poblacionales del mercado interno, salvadoreños en el exterior que vienen de visita al país y eventualmente, a extranjeros de paso en el país que se interesan particularmente por la cultura rural.

Por lo tanto El proyecto se dedica tanto a la formación técnica como económica del sector agropecuario. Para describir los efectos e impactos se debe tomar en cuenta todos los componentes del proyecto Agro turístico.

El principal cambio que se observará en los involucrados del proyecto es que a través de Agroturismo los habitantes de la comunidad pasarán a ser también comerciantes. Ya no sólo se dedicarán a trabajar o esperar remesas sino también a producir; vender y comprar.

Este proyecto les permitirá aprender cómo vender y comercializar los servicios turísticos, establece sus pequeños negocios y cultivar para poder vender productos y ser fuente de abastecimiento para el proyecto, ampliar sus opciones económicas y diversificar sus ingresos.

Se estimulará la diversificación de los productos y su transformación para que tengan más valor agregado. Como consecuencia, mejorar la rentabilidad de los productores y servicios Agroturístico, generar más empleos de forma directa e indirecta y poder ampliar los servicios a un futuro que participan en el proyecto.

5.13 INCENTIVOS Y BENEFICIOS SEGÚN LA LEY DE TURISMO.

Según el Artículo 21 de la ley de turismo. Toda persona natural o jurídica y sus empresas turísticas inscritas en el Registro podrán gozar de los beneficios generales que a continuación se señalan:

- a) Inclusión en el catálogo de la oferta turística de El Salvador que al efecto prepare CORSATUR.
- b) Información y respaldo de la Secretaría de Estado ante las diversas oficinas gubernamentales, cuando el interés turístico nacional lo amerite.
- c) Apoyo de la Secretaría de Estado cuando sea solicitado por gremiales del sector y sea en beneficio del sector turístico nacional.
- d) Participación en candidaturas para el otorgamiento de premios y reconocimientos de la industria turística que sean realizados por la Secretaría de Estado.
- e) Apoyo a las entidades y organismos gubernamentales o privados en la creación de parques nacionales o áreas naturales protegidas, cuando ello tenga verdadero alcance turístico.

El Art. 22 menciona lo siguiente: Para los efectos señalados en la presente Ley, el otorgamiento de incentivos fiscales en forma asociada sólo aplicará, cuando los proyectos de inversión se realicen dentro de una misma área geográfica, la cual será declarada como Proyecto de Interés Turístico Nacional por Acuerdo emitido por la Secretaría de Estado y los incentivos por Acuerdo emitido por el Ministerio de Hacienda. Estas áreas podrán estar localizadas en cualquier parte del país con vocación turística.

BIBLIOGRAFIA.

- ✓ Alburquerque Lorens, Francisco. "Curso sobre Desarrollo Local", Octubre 2003.
- ✓ Bernal T, Cesar Augusto. "Metodología de la investigación para Administración y Economía", 2002.
- ✓ Chias, Josep; El negocio de la felicidad, Editorial Pearson educación, año 2004.
- ✓ Deobold B. Van Dalen y William J. Meyer, Manual de Técnica de la Investigación Educativa, Cuarta Edición, Editorial Paidós, Buenos Aires Argentina, 1983.
- ✓ Dernalte, Cesar Augusto. Metodología de la Investigación para Administración y Economía. Editorial Prentice Hall, 2003.
- ✓ Hammersley M, y Atkinson P. "El diseño de la investigación; problemas casos y muestras". Barcelona, 2001.
- ✓ Hernández Sampieri y Mendoza, Metodología de la Investigación, Cuarta Edición, Mcgraw Hill, 2008.
- ✓ Kotler, Phillip; Marketing para Turismo, 3ra. Edición, Editorial Pearson, Madrid, España, 2004.
- ✓ Pérez Ramírez, B. Desarrollo Local: Manual de uso, Editorial FAMP, Madrid. Año 2000.
- ✓ Riveros, H. El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural. Lima, Perú. 2003. Pag.12.

- ✓ Rojas Soriano, Raúl, Guía para realizar investigaciones sociales, Plaza y Valdez Editores, Trigésima octava edición, México 2013.
- ✓ Thompson, Arthur A., Strickland III, A.J. y John E. Gamble, Administración Estratégica, Decimoquinta Edición, Mc Graw Hill, México 2007.
- ✓ Webster, Allen L. “Estadística aplicada a los negocios y la economía”, edición 3ra. Editorial McGraw Hill, 2000.
- ✓ Barcena I.A. y Sánchez S.R. “La sostenibilidad del desarrollo en América Latina y el Caribe: Desafíos y oportunidades” CEPAL y PNUMA, 2001.
- ✓ Chalabi, Nadia. “Turismo Rural en El Salvador, Recopilación de Información Institucional” IICA. Febrero 2009.
- ✓ Constabel, S. “Agroturismo en Chile y Caracterización y perspectiva”, Santiago de Chile. 2010.
- ✓ CORSATUR/ MAG/ MARN. Plan Estratégico para el Impulso y Desarrollo del Agroturismo en El Salvador.
- ✓ Fondo de Inversión Social para el Desarrollo de El Salvador “Estrategia nacional de desarrollo local I”, San Salvador, 1999.
- ✓ Linares, M. (2008). “Buscan fortalecer turismo rural”, In: La Prensa Gráfica. 16 de noviembre de 2008.
- ✓ Observatorio iberoamericano del desarrollo local y la economía social Revista académica, editada y mantenida por el Grupo EUMED.NET de la Universidad de Málaga. ISSN: 1988-2483 Año 4 – Nro.8 –Junio de 2010.

- ✓ Plan de desarrollo región I; de la Republica de Ecuador, capitulo 4, año de 1980.
- ✓ Programa de las Naciones Unidas (PNUD), 1990.
- ✓ Reflexiones sobre el concepto de comunidad. De lo comunitario a lo local. De lo local a la mancomunidad, Dieguez Alberto J. y Guardiola Albert Maria de la Paloma, Argentina, 1998, Pag. 3 Programa de las Naciones Unidas (PNUD), 1990.
- ✓ Salamanca Castro, Ana Belén, Crespo Blanco, Martin. “El muestreo en la investigación cualitativa” Nure Investigación, nº 27, Marzo-Abril 2007.
- ✓ Tasas de interés, comisiones, recargos y cargos a cuentas de terceros. Vigentes del 1 al 30 de Abril del 2015. Publicado por la Superintendencia del Sistema Financiero de El Salvador.
- ✓ TECSISTECATL, “Diversificación económica y desigualdades económicas en el distrito de Ixtaln, México”, Vol. 3 Numero 11, diciembre 2011.
- ✓ USAID, “Guía para promover el Desarrollo Económico Local”, Enero de 2008.
- ✓ “Agroturismo: fuente de progreso”
<http://www.uca.edu.sv/virtual/comunica/archivo/jun162005/notas/nota4.htm>.
- ✓ Fuente de las leyes: <http://www.csj.gob.sv/leyes.nsf/>.
- ✓ Ley de turismo: www.asamblea.gob.sv/eparlamento/indice-legislativo/buscador-de-documentos-legislativos/ley-de-turismo

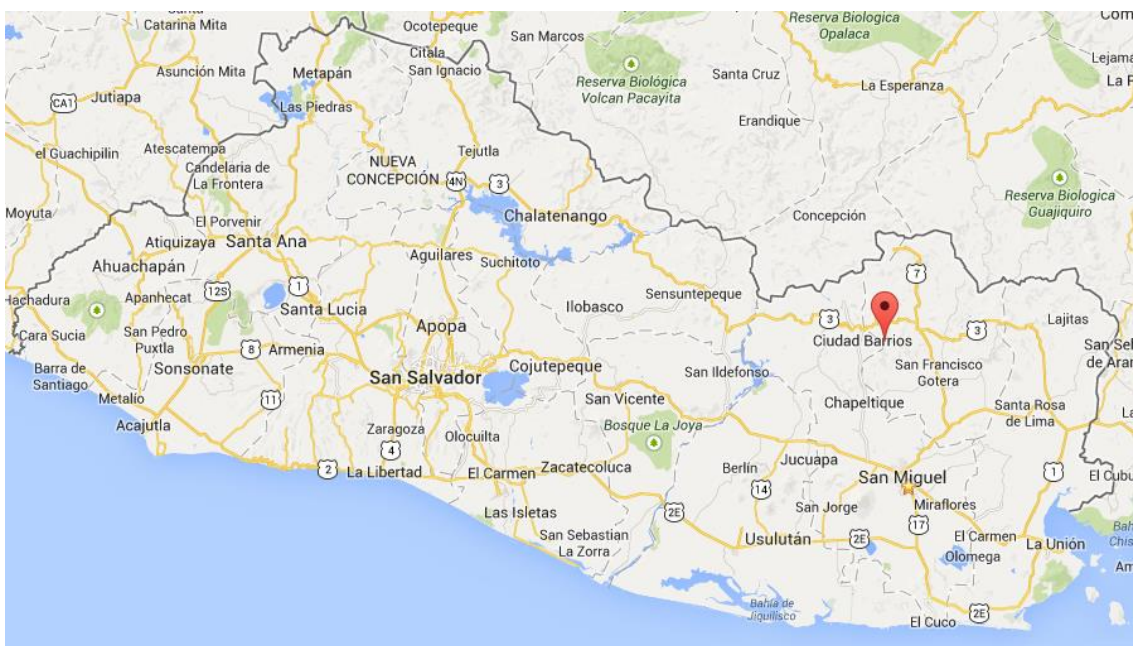
ANEXOS

Anexo 1

Mapa de ubicación.

Morazán es un departamento de El Salvador, ubicado en la zona oriental del país. Limita al Norte con la república de Honduras; al Sur y al Oeste con el departamento de San Miguel, y al Sur y al Este con el departamento de La Unión. Su cabecera departamental es San Francisco Gotera. Morazán comprende un territorio de 1.447 km² y cuenta con una población de 181.285 habitantes. El departamento se encuentra en la parte nororiental de El Salvador. Posee una altitud de entre 500 y 1.000 metros sobre el nivel del mar y tiene una topografía relativamente accidentada. Entre las elevaciones más importantes se encuentran el Cerro Cacahuatique.

Osicala es un Municipio del Departamento de Morazán. Bajo su jurisdicción hay 4 cantones y 18 caseríos. La Ciudad está situada sobre una loma semi-alta del Cerro Cacahuatique, en una de sus faldas a unos 13 km al norte y al sur del Río Torola. Su extensión actual es de 47.05 ². Limita a 8,9 km al norte con Meanguera, a 13 km al sudeste con Cacaopera, a 4,1 km al sur con Delicias de Concepción, al suroeste con Ciudad Barrios y a 11,9 km al oeste con Gualococti.



Anexo 2

San Miguel, 11 de Agosto de 2014

Señores:

Miembros de la Junta Directiva de la Asociación Cooperativa de Producción Agropecuaria San Carlos Dos de R.L. (ACOPASCD de R.L.)

Reciban un cordial saludos y deseándoles éxitos en sus actividades diarias.

Ocasión que aprovechamos para hacer de su conocimiento que somos estudiantes egresados de la carrera de Licenciatura en Administración de Empresas, de la Universidad de El Salvador, Facultad Multidisciplinaria Oriental. Respetuosamente solicitamos a ustedes el permiso para poder desarrollar nuestro trabajo de graduación en la Asociación Cooperativa de Producción Agropecuaria San Carlos Dos de R.L. de la cual ustedes son miembros.

Con el objetivo de poder beneficiar a la comunidad y a la misma Cooperativa esperamos contar con una respuesta favorable, de antemano les damos las gracias por la aprobación.

Atentamente:

F: _____

Campos Coreas, Américo José

F: _____

Chávez Zelaya, Jancy Emmanuel

F: _____

Hernández Pacheco, Fredy Arturo.

Quien autoriza, Nombre: _____ Firma _____ Sello:

Anexo 3

Demanda histórica.

Mes \ Año	2010	2011	2012	2013	2014
Enero	15,609	15,242	13,629	32,707	46,473
Febrero	14,784	13,165	11,926	29,321	41,662
Marzo	16,938	14,852	13,467	33,279	47,286
Abril	15,439	14,407	11,484	30,391	43,182
Mayo	16,295	13,718	12,270	31,092	44,179
Junio	17,537	13,774	15,124	34,145	48,517
Julio	16,936	15,603	14,133	34,319	48,764
Agosto	17,818	16,947	14,206	36,010	51,166
Septiembre	13,513	13,297	11,499	28,170	40,027
Octubre	13,712	12,660	11,837	28,096	39,922
Noviembre	15,455	15,669	13,769	33,011	46,905
Diciembre	21,300	21,920	19,373	46,027	65,340
Total	195,336	181,254	162,717	396,568	563,423

Fuente: Ministerio de Turismo.

Zona Oriental	Población	% Población Urbana	Población Ajustada	% Población que hace turismo interno	Población Ajustada
La Unión	238,217	30.4%	72,418	67%	48,520
San Miguel	434,003	56.0%	243,042	67%	162,838
Morazán	174,406	26.1%	45,520	67%	30,498
Usulután	344,235	48.0%	165,233	67%	110,706
Zona Central	Población	% Población Urbana	Población Ajustada	% Población que hace turismo interno	Población Ajustada
San Salvador	1,567,156	93.4%	1,463,724	33%	483,029

TOTAL DE POBLACION URBANA DE LA ZONA ORIENTA Y CENTRAL QUE HACE TURISMO

835,591

CALCULO DE LA POBLACION MAYORES DE 18 AÑOS		
TOTAL MAYORES DE 18		3,422,482
TOTAL DE POBLACION		5,744,113
PORCENTAJE MAYORES DE 18		60%
TOTAL DE POBLACION URBANA DE LA ZONA ORIENTA Y CENTRAL MAYORES DE 18		497,865
TOTAL DE POBLACION URBANA DE LA ZONA ORIENTA Y CENTRAL MAYORES DE 18 QUE VISITARIAN LA FINCA		333,570

PORCENTA DE LA DEMANDA REAL QUE SI ESTARIA REALMENTE INTERESADA	2%
TOTAL DE DEMANDA	6,671

Anexo 4

Operacionalización de Variables			
PRIMER NIVEL			
Variable Independiente	Proyecto de Agroturismo.	Variable Dependiente	Desarrollo Local.
SEGUNDO NIVEL			
MACROVARIABLES			
X1	Análisis de la Situación Actual.	Y1	Comunidad Rural Organizada.
X2	Aprovechamiento del Medio Ambiente, Recursos Sociales y Culturales.	Y2	Formación de Capacidades para los Habitantes.
X3	Ampliar Opciones Económicas.	Y3	Mejora en la Productividad Local.
X4	Estrategia para Desarrollo de las Áreas Rurales.	Y4	Diversificación de las Fuentes de ingreso.
TERCER NIVEL			
MICROVARIABLES			
X1	Análisis de la Situación Actual.	Y1	Comunidad Rural Organizada.
Servicios básicos.		Mejoramiento de los servicios básicos.	
Procesos democráticos.		Autoadministración.	
Tipo de Organización.		Planeación.	
X2	Aprovechamiento del Medio Ambiente, Recursos Sociales y Culturales.	Y2	Formación de Capacidades para los Habitantes.
Costumbres y tradiciones.		Capacidades creativas.	
Historia.		Transmisión de conocimiento generacional	
Medio Ambiente.		Polivalencia laboral.	
X3	Ampliar Opciones Económicas.	Y3	Mejora en la Productividad Local.
Explotación de recursos.		Utilización de Recursos.	
Producción de alimentos orgánicos.		Productos de calidad orgánicos.	
MYPES.		Encadenamiento productivo.	
X4	Estrategia para	Y4	Diversificación de las

	Desarrollo de las Áreas Rurales.		Fuentes de ingreso.
Estrategia social.		Capital social.	
Fortalecimiento de actividades agrícolas.		Diversificación de cultivos.	
Estrategia económica.		Creación de nuevas fuentes de empleo informal	