

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



**“PLAN ESTRATEGICO PARA IMPULSAR EL DESARROLLO TURISTICO SOSTENIBLE
DEL MUNICIPIO DE NUEVA CONCEPCION, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO.”**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR:

Carmen Alejandrina Bonilla Alvarado

Luis Alexander Hércules Portillo

Maria Olivia Mendoza Ayala

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTORA	:	Dra. Maria Isabel Rodríguez
Secretaria General	:	Licda. Alicia Margarita Rivas
Decano De La Facultad De Ciencias Económicas	:	Lic. Emilio Recinos Fuentes
Secretaria De La Facultad de Ciencias Económicas	:	Licda. Vilma Yolanda Vásquez de Del Cid
Coordinador de Seminario	:	Lic. Rafael Aristides Campos
Docente director	:	Lic. Pablo Alberto Vaquerano Granados.
Docente Observador	:	Lic. Alfonso López Ortíz

Mayo de 2006

San Salvador, El Salvador, Centroamérica

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primeramente a Dios por haberme permitido llegar hasta este momento, darme la salud y la capacidad para lograr avanzar en mi camino.

Agradezco a mis padres por brindarme su apoyo en todo sentido para lograr mis metas y con ellas culminar uno de mis éxitos.

A mi esposo e hijo por servirme de inspiración para continuar y seguir progresando.

Maria Olivia Mendoza Ayala.

A mis padres quienes con mucha fe, confianza y sacrificio me brindaron toda su comprensión para que yo pudiese salir adelante y lograra desarrollarme como profesional; a mis hermanos por siempre darme su apoyo y colaboración las veces que lo he necesitado.

A mi esposo a quien le debo gran parte de mi superación, quien sin importar las noches de desvelo me acompañó noche a noche para que terminara lo que un día solo comenzó como un sueño y que ahora puedo compartirlo con él como una realidad.

A mis amigos de GSA a quienes les dedico con todo mi corazón este triunfo que no fue mas que la confianza y el amor que hace mas de una década me regalaron para que lograra romper todas las barreras y convirtiera ese deseo como un gran acontecimiento. Mil gracias por haber confiado en mi...

Carmen Alejandrina Bonilla Alvarado

En primer lugar quiero agradecer a Dios Todopoderoso por guiar los pasos de mi vida y por permitirme el logro de las metas que me he propuesto hasta el día de ahora; lo cual me da la certeza que todas lo que me proponga puedo cumplirlas siempre y cuando tenga presente que será la voluntad de ellos la que se ha de llevar a cabo.

En segundo lugar quiero agradecer a mis padres por ser uno de los motores más importantes en mi vida, ha sido gracias a ellos que he logrado ser lo que soy hasta este momento, por la educación que me han dado, por los principios que me han fundamentado y todo eso lo han complementado con la predicación de su ejemplo siendo los mejores padres que alguien puede llegar a tener.

A mis hermanos por estar conmigo en las buenas y malas, por ser mis confidentes, mis consejeros y mis amigos; por permitirme contar con ellos en todo momento.

Luís Alexander Hércules Portillo.

ÍNDICE

	PÁGINAS
RESUMEN	i
INTRODUCCIÓN	ii
CAPÍTULO I	
<u>GENERALIDADES DEL PLAN ESTRATÉGICO, TURISMO SOSTENIBLE Y EL MUNICIPIO DE NUEVA CONCEPCIÓN</u>	
<u>A. Antecedentes Históricos del Turismo</u>	
1. Historia del Turismo	1
2. El Turismo	3
2.1 Clasificación del Turismo	4
2.2 El Turista	4
2.3 Importancia Socioeconómica y Cultural del Turismo	5
2.4 Orígenes y evolución del turismo sostenible	9
2.5 Historia del turismo en El Salvador	11
2.6 El turismo en el Departamento de Chalatenango	14
2.7 Turismo en el Municipio de Nueva Concepción	19
B. Marco Normativo	22
3. Marco teórico de referencia	
3.1 Plan estratégico	25
3.2 Turismo	26
3.2.1 Generalidades del turismo	26
3.2.2 Características del turismo	27
4. Desarrollo local	28
4.1 Contenido y componentes del desarrollo local	28
5. Desarrollo sostenible	30
5.1 La ineficiente actuación pública	31
5.2 Falta de trabajo interinstitucional	31

5.3 Deficiente infraestructura turística	31
5.4 Desarrollo inadecuado del turista y del empresario	31
5.5 Participación comunitaria deficiente	32
6. Turismo sostenible	32
6.1 Principios y objetivos del turismo sostenible	33
6.2 Bondades del turismo sostenible	37
7. Ecoturismo comunitario	38
7.1 Ventajas y desventajas del ecoturismo comunitario	39
7.2 Fines del ecoturismo	40
7.3 Elementos que integran el ecoturismo comunitario	41
7.4 Las Actividades ecoturísticas	42
8. Infraestructura	42
9. Senderos	43
10. Transportes	

CAPITULO II

DIAGNÓSTICO SOBRE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL DESARROLLO

<u>TURÍSTICO DE NUEVA CONCEPCIÓN, DEPARTAMENTO DE CHALATENANGO</u>	44
1. Importancia	
2. Objetivos del estudio	44
2.1. General	45
2.2. Específicos	
3. Metodología de la investigación	45
3.1. Método de investigación	45
3.2. Tipo de investigación	47
4. Fuentes de recolección de información	47
5. Técnicas e instrumentos de recolección de información	48
6. Instrumentos para la recolección de la información	49
7. Universo y muestra	49
7.1. Universo	49
7.1.1. El Concejo Municipal	49

7.1.2. Restaurantes	50
7.1.3. Agencias de viajes	
7.2. Muestra	51
8. Recolección y procesamiento de datos	51
9. Tabulación y análisis de datos	51
10. Diagnóstico de la situación actual del desarrollo turístico del Municipio de Nueva Concepción	69
11. Diagnóstico de la observación directa realizada en el Municipio de Nueva Concepción	73
11.1. Generalidades	73
11.2. Gobierno local	79
11.3. Aspectos físicos	73
11.4. Medio económico	75
11.5. Medios sociales	77
12. Determinación de fortalezas y debilidades	
12.1. Fortalezas	
12.2. Debilidades	78
12.3. Determinación de amenazas y oportunidades	
12.3.1. Amenazas	
12.3.2. Oportunidades	
13. Conclusiones y recomendaciones	
13.1 Conclusiones	81
13.2 Recomendaciones	82
14. Resumen descriptivo de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas	83

CAPITULO III

Propuesta para el Diseño de un Plan Estratégico para impulsar el turismo sostenible

En el Municipio de Nueva Concepción, Chalatenango.

A. INTRODUCCION

84

1. Formulación de estrategias	
1.1. Estrategias ofensivas	84
1.2. Estrategias defensivas	85
1.3. Estrategias adaptativas o de reorientación	86
1.4. Estrategias de supervivencia	86
B. Objetivo de la propuesta	86
C. Importancia	86
D. Desarrollo de estrategias	
1. Formulación de la misión	87
2. Formulación de la visión	87
3. Formulación de políticas	
4. Mercado	89
4.1. Definición de mercado	
5. Mercado meta	90
5.1. Mercado meta primario	90
5.2 Mercado meta secundario	
6. Mezcla estratégica de comercialización	91
6.1.1. Producto	91
6.1.2. Precio	92
6.3. Distribución	93
6.4. Comunicación integral	94
7. Estrategias a utilizarse en el plan estratégico	95
7.1. Área administrativa	
7.1.1. Estrategias de organización	95
7.2. Área de mercadeo	95
7.2.1. Estrategias de precios	
7.2.2. Estrategias de promoción	
7.2.3. Estrategias de posicionamiento	
7.2.4. Estrategias de penetración o cobertura	
7.2.5. Estrategias de estacionalidad	
7.3. Área económica	97

7.3.1. Estrategia de la unidad de negocio	
7.3.2. Estrategia de crecimiento	
7.4. Área de inversión	97
7.4.1. Estrategias de infraestructura	
7.4.2. Estrategias de servicios básicos	
7.4.3. Estrategias de vías de acceso y comunicación	
7.4.4. Estrategias de financiamiento	
7.5. Área de control de calidad	98
7.5.1. Estrategias de control de calidad	
7.5.2. Estrategias de atención al cliente	
7.6. Área social	99
7.6.1. Estrategias de concertación	
7.6.2. Estrategias de participación ciudadana	
7.6.4. Estrategias de capacitación y asistencia técnica	99
7.7. Área de fortalecimiento institucional	100
7.7.1. Estrategias de alianzas particulares	
7.8. Área de ordenamiento territorial	100
7.8.1. Estrategias de señalización de lugares	
7.8.2. Estrategias de prevención	
7.8.3. Estrategias de educación ambiental	
Matriz de implementación del plan estratégico	102
Guía de información turística	108
Perfil del guía de información turística	109
Guía especializado en turismo	110
Perfil del guía especializado de información turística	111
Cronograma de implementación	112
Diseño de afiche	113
Diseño de la guía turística	114
Diseño de los logotipos	116
Diseño del banner	119
Diseño de la página Web	120

presupuesto	121
glosario	122
Bibliografía	131
anexos	

RESUMEN

El municipio de Nueva concepción se ha caracterizado por una alta economía, basada en el comercio y las actividades agrícolas. Esto presenta no solo una debilidad que se viene arrastrando por décadas, sino también la ausencia de visión y liderazgo de quienes tienen la responsabilidad de impulsar alternativas serias y confiables que conlleven a un cambio en los factores económicos que afectan al municipio.

El principal objetivo de este plan es brindar un instrumento profesional que se pueda adicionar en el contexto de la economía local y también permite replantear los modelos tradicionales aplicados, brindando alternativas en la constante búsqueda de una mejora de las condiciones económicas de la zona.

La comprensión del plan y sus alcances desde los puntos de vista social, económico y geográfico traslada al municipio de Nueva Concepción a una posición ventajosa y llena de

oportunidad con respecto a otros municipios de la zona y podría marcar la pauta para que otras comunidades se beneficien de la misma manera.

Sin embargo, somos conscientes de que este es solo el primer paso para que los beneficios sean una realidad, deberán coexistir en armonía los demás vectores necesarios para generar un cambio positivo y duradero.

La necesidad de este plan es más que evidente y en la conciencia colectiva existe interés en potencializar el desarrollo del capital turístico y los beneficios que se puedan obtener a través de un desarrollo local generado por el Turismo Sostenible en la región.

INTRODUCCIÓN

En la búsqueda de nuevos elementos que dinamicen la economía de las comunidades, el turismo se ha convertido en un importante vector de desarrollo.

Su crecimiento no solo afecta las actividades directamente vinculadas sino que compromete a otros sectores de la sociedad debido a que esta actividad requiere de la concurrencia de diversas áreas de la economía de las regiones y de las instancias públicas y privadas que proporcionan los bienes y servicios utilizados por los turistas.

Bajo esta perspectiva es por eso que el presente trabajo plantea consistentemente un Plan Estratégico para impulsar el desarrollo Turístico Sostenible del Municipio de Nueva concepción, departamento de Chalatenango, proyectando diversos elementos para mejorar la calidad de vida de nuestros habitantes y creando nuevos espacios para la inversión y generación de riquezas.

Este plan consta de tres capítulos desarrollados de la siguiente manera:

En el Capítulo I, hace referencia al marco teórico y este contiene la información técnica utilizada para el análisis de la situación actual del Municipio, así como información básica del turismo en la zona.

El Capítulo II, se refiere al análisis de la situación actual del desarrollo turístico del municipio de nueva concepción y se presentan aquí los resultados os del estudio de campo donde se conjugan los resultados de todas encuestas y entrevistas realizadas a lo largo de la misma. Así como las conclusiones y recomendaciones obtenidas.

En el Capítulo III, se propone el Diseño de un Plan Estratégico para que pretenda impulsar el desarrollo del Turístico Sostenible del Municipio de Nueva Concepción, departamento de Chalatenango.

CAPÍTULO I

Generalidades del Plan Estratégico, Turismo Sostenible y El Municipio de Nueva Concepción.

A. GENERALIDADES

1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL TURISMO

1.1. HISTORIA DEL TURISMO

Las primeras manifestaciones **del** Turismo la encontramos en los hechos que refieren [viajes](#) como antigua forma de turismo. En la [literatura](#) podemos observar claramente esos viajes: La Eneida, [La Odisea](#) y [La Iliada](#). Los [juegos olímpicos](#) Griegos causando muchos desplazamientos con motivaciones características de turismo y [recreación](#).

Edad Media: el deseo de conquista motiva desplazamientos humanos con deseos de conquistar regiones. [Guerra](#) de la "Cruzadas", peregrinaciones a Santiago de Compostela, existencia de posadas en los caminos, expansión y búsqueda de nuevas rutas comerciales.

A mediados **del** siglo XVI aparece en [Italia](#) el uso de coches y carrozas, en [Alemania](#) surge el coche de uso ligero denominado Berlina. El siglo XVII se caracteriza por el viaje **del** Caballero y la Diligencia.

En el siglo XIX se desarrollan las líneas ferroviarias especialmente en [Europa](#) y [Estados Unidos](#). A mediados de este siglo se considera a los Museos y Monumentos como lugares de [interés](#) turístico y se establecen regulaciones de horarios y [precios](#). Surge la primera Agencia de Viajes por el señor Thomas Cook en 1,841, quien ofrecía [servicios](#) de mediadora entre la [demanda](#) **del** [cliente](#) y una [oferta](#) de [transporte](#), alojamientos y atractivos Turísticos. En el siglo XX se vivencia un tímido crecimiento, cortado bruscamente por la [primera guerra mundial](#) (1,914 – 1,918). El Turismo se recupera en la post guerra, hasta el año 1,929 que decae por efectos negativos de la gran [depresión](#) de los [Estado](#) Unidos.¹

El Transporte Marítimo se establece como único medio transcontinental; entre los barcos podemos mencionar: El Lucitania, Mauritania de la Cunard Line; Titanic de la White Star Line. Comienzan las rutas en el Mediterráneo y los Cruceros con iniciación de las rutas turísticas. Sustitución de los antiguos vehículos de vapor por los de [combustión](#) interna (Henry Ford).

Los acontecimientos que marcan el principio de la transportación aérea: 1,919 un NC4 de Estados Unidos cruzó el Atlántico en vuelo New York- Plymouth un avión británico recorre desde Terranova a Irlanda sin [escala](#). Desde la II [Guerra Mundial](#) el continente Europeo entra

¹ Tesis: Mendoza Sofía y otros. Gestión para implementar el turismo ecológico como herramienta para el desarrollo local del Municipio de Jocoaitique. 2004. Universidad de El Salvador. Pág. 16

en una etapa de reconstrucción y recuperación económica y social, el mejoramiento de los niveles de vida incrementa el turismo y se inicia una etapa de avances dentro de la transportación aérea:

1,944 Creación de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo. (I.A.T.A)

1,947 Aparece el Constellation

1,948 Primer vuelo **del** Vickers Viscount, turbo hélice

1,955 Aparece el Carabelle

1,957 El B-707 terramotor a reacción, El Comet I, El Tupolev.

1,968 Aparece el Concorde, que en vuelo de prueba recorre 1,500 millas por horas. Debido al avance técnico comienza la era de los aviones modernos como por ejemplo: [la familia](#) de los Douglas DC3 hasta DC10 con capacidad para 200 pasajeros; la Boing con sus 707, 727, 747 con capacidad para mas de 300 pasajeros y por últimos los aviones Supersónicos como el Concorde y Tupolev.

En materia de navegación se construyen barcos cada vez más lujosos, que la rapidez la proporcionan los aviones. Los Ferry Boata usados en continente europeo; Las Car-Ferry para transportar al pasajero y su automóvil y los Hoovercraf.²

2. El Turismo

Mucho se ha hablado y se ha dicho sobre el turismo, dando en cada caso en particular una conceptualización que lo define de maneras diferentes, en todo caso, solo se concreta como una actividad humana realizada al desplazarse de un lugar a otro con diferentes motivos.

² Idem. Pág. 17

Conceptos: es la suma de las relaciones y [prestaciones](#) de servicios que se derivan de los desplazamientos humanos voluntariamente efectuados, de una manera temporal y por razones diferentes, tanto de los [negocios](#) como de las consideraciones profesionales.

- Es el conjunto de integraciones humanas como: transportes, hospedaje, diversión, [enseñanza derivadas](#) de los desplazamientos humanos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de [población](#), con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones.
- El turismo es la actividad que se realiza, según las motivaciones que experimenta el individuo para satisfacer sus necesidades y en busca de la consumación de sus deseos. Este [concepto](#) nos permite un enfoque completo de la actividad, o [funciones](#) que se puedan desempeñar al mismo [tiempo](#) que se recrea o se disfruta en un momento dado, exista o no desplazamiento.

Turismo Social: es el conjunto de relaciones y fenómenos que provienen de la participación en el campo [del](#) turismo de estratos sociales económicamente débiles, participación que se hace posible o se facilita por medidas de carácter bien definido, pero que implican un predominio de la vida de [servicio](#) y no la [del](#) lucro.³

2.1 Clasificación [del](#) Turismo

Atendiendo al último concepto expuesto antes, clasificamos al turismo según la actividad que se realiza al desplazarse y las motivaciones [del](#) individuo en: comercial, cultural, de aventura, diversión, fin de semana, [inversión](#), [investigación](#), recuperación, [salud](#), deportivo, estudiantil, insular, político, sociológico, técnico y vacacional.

2.2. El Turista

Se entiende por turista a toda [persona](#) sin distinción de raza, [sexo](#), [lengua](#) y [religión](#) que entre en un lugar distinto de aquel donde tiene fijada su residencia habitual y que permanezca en el más de 24 horas y menos de 6 meses con fines de turismo y sin propósito de [inmigración](#).

³ Moreno Javier, Turismo en El Salvador: El Reto de la Competitividad, Agosto 1998, Pág. 11

Clase Privilegiada: son las personas que por situación [política](#) o social disponen de sobrados [medios](#) para viajar por el extranjero y dentro [del](#) ámbito nacional, siendo precisamente los pioneros [del](#) turismo.

Características

- Elevado gasto por día. Estancias o permanencias prolongadas.
- Utilización de los servicios guías, intérpretes, etc.
- Utilización de los medios de transporte más rápidos.
- Ocupación de los [hoteles](#) más selectos. Recorridos extensos de cada país.

Clase Burguesa: son en general personas de la clase media: profesionales, funcionarios o empleados de categoría elevada que suelen disfrutar de cierta soltura económica y poseen un grado considerable de cultura.⁴

Características:

- Invierten en turismo todos sus ahorros. Utilizan el automóvil propio.
- Servicios de primera categoría, pero no de lujo.
- Estancias cortas, según la relación [del](#) nivel de precios [del](#) país visitado.
- Visita a los lugares turísticos. Viajes en épocas de vacaciones.

Clase Juvenil: son en su mayor número de estudiantes, que han sido objeto de estudio en algunos países en los cuales se han creado albergues y servicios especiales, rebajas en las tarifas ferroviarias y otras ventajas diversas.

Características:

- Utilización de medios de transportes económicos.
- Alojamiento de tiendas de campañas, refugios, posadas y otros.
- Preferencia por los lugares naturales. Estancias breves en cada punto.
- Nula utilización de agencias de viajes. Menosprecios por lugares mundanos.

⁴ www.hablemosdeturismo.com

- Poco gasto por día. Itinerarios largos. No usan guías ni interpretes.

Clase Popular: constituida por los trabajadores asalariados, cuya incorporación, del turismo es relativamente reciente, debido fundamentalmente al sistema de vacaciones pagadas.

Características:

- Es de carácter vacacional. Brevedad de tiempos en los viajes.
- Especiales ventajas por parte de los gobiernos y compañías ferroviarias.
- Obtienen contribución de las empresas del estado y las asociaciones.
- Creación de alojamientos especiales por las instituciones gubernamentales.
- Carácter colectivo, estancias en una sola localidad, lugares de descanso.
- Nula intervención de las agencias de viajes.⁵

Cabe destacar que para este tipo de turistas se han creado una infinidad de ventajas que obedecen al desarrollo del Turismo Social en los países.

2.3. Importancia Socioeconómica y Cultural del Turismo

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

El Turismo es un medio de intercambio social, ya que muestra efectivamente que la sociedad que desarrolla y es más activa se capacita hacia la comprensión, para la adaptación de sus medios habituales; juzgando de una manera positiva su propia sociedad.

⁵ www.hablemosdeturismo.com

En cuando a la cultura es realmente el [radio](#) dentro [del](#) campo de la acción de [la empresa](#) turística. Cultura es el término que determina el imán que poseen las regiones para el turismo comprendido su [geografía](#), historia, costumbres, tradiciones, [folklore](#) y artesanía.

Generalizando el Turismo es la industria [del](#) futuro de todos aquellos países en vías de desarrollo que sepan aprovechar al máximo todos sus [recursos](#).

Definición de conceptos básicos:

Tour: es un recorrido cuya duración no excede de 24 horas, se realiza en una misma localidad o sus alrededores más cercanos e incluye: transporte colectivo con o sin guía, entradas a monumentos o estacionamiento diversos en algunos casos pensión alimenticia.

Ruta: es la vía a seguir con un origen y un destino diferente, que sirve de base para la creación de los itinerarios. Lo que determina la ruta son una serie de [valores](#) paisajísticos, culturales, humanos y naturales, que realizan el centro lineal de [atención](#).

Estructura: es el conjunto de recursos que se desarrollan sobre la infraestructura concurriendo en la prestación de los servicios turísticos y comprende: alojamiento, restaurante, instalaciones recreativas, agencias de turismo, oficinas de información, empresas de transportes y otras.

Infraestructura: es el conjunto de medios físicos y económicos que constituyen la base de sustentación para el desarrollo de cualquier sector y por ende [del](#) turismo, comprende: aeropuertos, puertos, sistema vial (autopistas, carreteras, y caminos.), acueductos, [electricidad](#), [telecomunicaciones](#), instalaciones hospitalarias, transporte (aéreo, terrestre, marítimo, fluvial, ferroviario) y aseo urbano.

Recursos Turísticos: es todo aquello que posee características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural, de esparcimiento y recreación, histórico - cultural.

Balanza Turística: Confrontación **del** ingreso de divisas, producto de la entrada de visitantes extranjeros en un Estado, con el egreso de divisas efectuadas por sus nacionales que salen al extranjero.

Guía Turística: Expresión que designa los fascículos, libros u otro tipo de publicación que tiene como fin esencial dotar al turista de la información histórica, artística, de servicios de un lugar.

Balanza de Pagos: Confrontación de ingreso y egreso total de un Estado, resultantes de las transacciones que realiza con el extranjero durante un año. En este instrumento contable se estiman dentro de los ingresos las exportaciones de mercancías, los gastos **del** turismo extranjero, créditos, inversiones, utilidades y otras categorías y, dentro de los egresos, las importaciones, intereses c) sobre préstamos, dividendos, regalías y otros pagos.

Producto Turístico: Constituido por el conjunto de aspectos tanto naturales y culturales como estructurales que hacen de un lugar un atractivo para su visita. La primera parte **del** producto turístico la constituyen los servicios creados para facilitar la permanencia **del** hombre en los lugares distantes al habitual.

En la otra parte tratamos de estudiar aquellos elementos naturales y culturales que por sus características propias poseen lo necesario para que el individuo pueda satisfacer plenamente sus actividades y motivaciones turísticas.

Valores Turísticos: Son los aspectos materiales o inmateriales que en un Estado o región que por su atractivo para las personas de otros lugares son subjetivamente susceptibles de convertirse en motivo turístico.

Conciencia Turística: Conjunto de actitudes y comportamiento de los habitantes de un lugar turístico, que humanizan la recepción de turista a través de la hospitalidad y comprensión. Conocimiento de los lugares y locales para los turistas, que sin llegar al servilismo conduce a una convivencia cordial.

Núcleo Receptor: Es una zona privilegiada de reputación turística que posee centros urbanos, que son simplemente [proveedores](#) de servicios: infraestructura vial, planta turística general, espacio geográfico potencialmente explotable, compuesta de varias [células](#) que cubren integralmente todas las necesidades turísticas.

Corriente Turística: Conjunto de personas que con fines turísticos se desplazan de un lugar a otro, constituyendo un caudal continuo con características especiales para la realización de actividades ajenas a las de rutina.

Mercado Turístico: El término mercado está relacionado con las actividades de compra-[venta](#) ([oferta y demanda](#)), que en el caso turístico se refiere a los servicios que demandan los [clientes](#) potenciales, y la oferta de servicios por parte de las empresas prestadoras de los mismos.

Guía de Turismo: Personas con profundos conocimientos sobre [patrimonio](#) y servicios turísticos, facultada para acompañar, dirigir, ayudar e informar a lo largo de itinerarios en autobús, automóvil, ferrocarril, u otro medio de transporte. Su [función](#) es muy amplia: dar explicaciones históricas o de otra índole, ayudar a los turistas en los trámites y gestiones aduanales, migratorias y de sanidad, dispone lo relativo a hospedaje y [alimentación](#), planea, aconseja acerca de viajes, auxilia en el manejo de equipajes y puede encargarse [del](#) cobro de pasajes. Su acción puede prolongarse más allá [del](#) viaje y realizar la labor de guía local. El servicio lo proporciona a través de un [contrato](#) celebrado directamente con el turista o por medio de un organismo público o privado. En casi todos los países el ejercicio de la profesión es objeto de reglamentación y expedición de una licencia.

Organismo de Turismo: O.M.T ([Organización](#) Mundial [del](#) Turismo): Es la única organización intergubernamental cuya actividad se extiende a todos los sectores [del](#) turismo a escala mundial, y comprende como Miembros [del](#) Estado, territorios dependientes y a representantes [del](#) Sector Operacional Privado. La O.M.T funciona a nivel universal y a través de seis (6) Comisiones Regionales ([África](#), [América](#), [Asia](#) Meridional, Asia Oriental y el Pacífico).

[La organización](#) ofrece a sus Estados Miembros un mecanismo permanente de consulta, cooperación y [toma de decisiones](#) en todos los campos [del Turismo](#).⁶

A nivel internacional tenemos una serie de organismos que se encargan entre otras funciones importantes, de la atención [del turismo](#) y su desarrollo.

O.N.U: Organización de las [Naciones Unidas](#).

O.E.A: Organización de los Estados Americanos.

2.4. Orígenes y Evolución del Turismo Sostenible

El origen del concepto de turismo sostenible, o más bien del concepto de sostenibilidad, se inicia en la década de 1980 y alcanza su mayoría de edad en la Cumbre de Río en 1992. A partir de este momento, se comienza a aplicar la filosofía de dicho encuentro en los diferentes ámbitos económicos, sociales y culturales, y así aparece el concepto de Turismo Sostenible por primera vez como entidad propia en la Conferencia Mundial sobre Turismo Sostenible que tuvo lugar en Lanzarote (España) 1995. Y fruto de dicha reunión es la denominada "Carta de Lanzarote" que recoge los elementos fundamentales de este concepto.

El concepto de Turismo Sostenible hay que entenderlo sobre la base de tres pilares diferentes pero, al mismo tiempo, unidos como un todo. En primer lugar nos encontramos con las relaciones entre turistas y lugareños. Así, cuando hablamos de turismo sostenible dichas relaciones deben ser buenas y, en ningún caso, los intereses pueden ser contrapuestos. Pensemos, por ejemplo, en una playa. Esta debe dar respuesta tanto a las necesidades de los turistas como a las necesidades de los lugareños. Si se quisiese convertir la playa en "coto cerrado" para turistas habría turismo, pero no podríamos utilizar el concepto de turismo sostenible.

⁶ Tesis: Cruz Lisette y otros. Propuesta para promover el desarrollo turístico del Municipio de Suchitoto en el Departamento de Cabañas. 2005. Universidad José Simeón Cañas. Pág. 22

En segundo lugar, es necesario que el turismo posibilite el desarrollo local donde se produce, con lo cual parte con la generación de los ingresos debe repercutir directamente con las empresas y/o las familias de dichos lugares. De esta manera, serán los propios lugareños los que tendrán un interés especial en que no se pierdan los turistas y, de esta manera, conviertan este sector productivo en algo propio suyo.

De aquí, surgirá la necesidad que tienen las empresas turísticas de contratar personal que habite en dichos lugares y salvo, algunas necesidades, no depender de recursos humanos procedentes de otras zonas geográficas alejadas a este punto.⁷

En tercer lugar, el sector turístico debe engarzarse dentro del propio sistema productivo donde se produzca, con lo cual el turista tiene que tener presente que los recursos son limitados y de que está consumiendo una ingente cantidad de recursos naturales. Ese concepto, denominado capacidad de carga turística.

Una vez sentados los pilares del turismo sostenible, hemos de señalar que esta clase de turismo (en nuestra opinión, la única que existe) se vértebra sobre tres ejes fundamentales:

- El turismo debe ser económicamente viable. El desarrollo de un determinado lugar implica la creación de empresas tanto públicas como privadas y, por tanto, este sector productivo debe producir suficientes recursos para desarrollar dichas empresas.
- El turismo sostenible debe ser respetuoso con la preservación y el desarrollo medioambiental.
- El turismo sostenible debe ser responsable para con la sociedad y los valores culturales de los lugares donde se asienta.

⁷ López, Tomas j. y Fernando Lara de Vicente; Turismo Sostenible: Un enfoque multidisciplinario e internacional Córdoba: Servicios de publicaciones Universidad de Córdoba, 2005, Página 457.

En definitiva, y siguiendo a la consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía (2003), Los principios básicos de turismo sostenible son los siguientes:

- Uso sostenible de los recursos.
- Reducción del consumo abusivo y de la generación de desechos.
- Mantenimiento de la diversidad.
- Integración del turismo en la planificación.
- Apoyo a la economía social.
- Compromiso de las comunidades locales.
- Consulta a profesionales y a la opinión pública.
- Capacitación de personal.
- Marketing de turismo responsable.
- Investigación y desarrollo.

2.5. Historia del Turismo en El Salvador

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

En 1930, el Dr. Pío Romero Bosque, en vista de la necesidad de fomentar el comercio y la industria nacional, aprovechando el acceso a la ciudad capital y demás lugares turísticos de interés para viajeros procedentes del exterior recomendó a la Asamblea Legislativa crear una junta, La Junta Nacional de Turismo, en la ciudad capital.⁸

⁸ Tesis: Mendoza Sofía y otros. Gestión para implementar el turismo ecológico como herramienta para el desarrollo local del Municipio de Jocoaitique. 2004. Universidad de El Salvador. Pág.21

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

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

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

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

En 1979, fue el comienzo de la crisis política y el clima de violencia que desembocó el estallido de la guerra un año después. En esta época la prensa internacional difundió las imágenes del conflicto y el país fue declarado como peligroso para los turistas. Es como la influencia se redujo a los niveles de 7 años atrás, en 1980 se alcanzó la cuota mas baja de visitantes en 15 años, debido a ello, la violencia borra del mapa turístico internacional a El Salvador. Los únicos visitantes extranjeros estaban ligados con el conflicto armado.⁹

En 1997, el entorno sociopolítico es cualitativamente diferente del que se vivió durante el conflicto armado, parece ser el momento adecuado para dinamizar la actividad.

La constitución de un nuevo ente rector de la industria, La Corporación Salvadoreña de Turismo "CORSATUR" surgió en ese momento. Posteriormente el sector turístico reflejó un crecimiento, con relación al PIB obteniendo un porcentaje del 0.8% al 1.7% entre el año 1992 al 2001; sin embargo, los acontecimientos durante el año 2001, referente a los movimientos sísmicos en El Salvador y últimamente, lo ocurrido el 11 de Septiembre Nueva York, han repercutido significativamente en la actividad turísticas en forma negativa.

No obstante, los análisis sobre el sector indican que es posible revertir esa tendencia negativa a través de la ejecución de esfuerzos regionales, enfocados a segmentos de mercado de interés particular como lo es la actividad turística, ya que cuentan con áreas ecológicas de grandes atractivos que pueden ser debidamente explotados si se les da a conocer la forma idónea y de esta manera fomentar la cultura y la identidad nacional de nuestro pueblo y que permita posicionar a El Salvador como un destino turístico de calidad.

⁹ Moreno Javier, Turismo en El Salvador: El Reto de la Competitividad, Agosto 1998, Pág. 15.

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

Algunos de estos destinos se han ido desarrollando con el paso del tiempo, entre esto se puede mencionar:

- ✓ Parque Nacional Monte Cristo
- ✓ Parque Nacional El Imposible
- ✓ Bahía de Jiquilisco
- ✓ Cerro Verde
- ✓ El Pital
- ✓ Mira mundo,
- ✓ Playa El Espino
- ✓ Playa El Cuco, entre otros.¹⁰

2.6. El Turismo en el Departamento de Chalatenango

Chalatenango es el valle de las aguas y arenas, de clima fresco y de las artesanías que han recorrido el mundo.

En el siglo XVI, cuando los españoles invadieron el lugar encontraron tres etnias indígenas: los pipiles de origen nahuat, que habrían llegado a fines del siglo XV; los chortís, de descendencia maya, que ocupaban la parte central y occidental del departamento, y los lencas que se ubicaban en el oriente. El nombre de Chalatenango fue dado por los pipiles y lo forman tres vocablos “Chal” o “Shal”; arena; “At”: agua, río, y “tenango”: valle. Significa: “Valle de aguas y arenas”. Citalá y Tejutla son poblaciones de origen chortí; Arcatao y Potonico son nombres lencas.

¹⁰ CORSATUR, Origen Desarrollo y Características del Turismo.2004. Pág. 17

Este departamento se encuentra bañado por los ríos Lempa y Sumpul, Nunuapa, Gualchoco, Metayate, Talquezalapa, Grande de Tilapa, Azambio, Tamulasco y Gualcuquín.

Las hidroeléctricas del Cerrón y la “5 de Noviembre” son las más grandes del país y se encuentran en las fronteras del departamento de Chalatenango. El Cerrón tiene una superficie de 135 kilómetros cuadrados. La “5 de Noviembre”, también conocida como “Chorrera del Guayabo”, tiene una extensión de 19 kilómetros cuadrados.

El río Lempa traspasa la zona de norte a sur y sirve de límite natural entre Chalatenango, Santa Ana, La Libertad, San Salvador y Cabañas.

La longitud que recorre dentro del departamento es de 129.5 kilómetros, casi la mitad de la longitud total en el país, que es de 325 kilómetros. Los ríos Grande de Tilapa, Azambio y otros nacen al norte de la ciudad chalateca y bañan la mayoría de los municipios que se ubican en esta zona.¹¹

Chalatenango se encuentra situado en la zonal central del país; posee 33 municipios y cuenta con mucha atracción turística a nivel nacional e internacional. A los visitantes les gusta conocer La Palma, El Pital, el Turicentro Agua Fría, el río Sumpul y otros lugares.

La oferta turística de los pueblos de Chalatenango es una verdadera tentación: montar a caballo y correr por los bosques cubiertos de pinos; respirar aire fresco y libre de contaminación mientras sube y baja montañas, o bañarse en las cristalinas y helada aguas de los ríos con paisajes encantadores. Al caer la noche tendrá varias opciones: alquilar una tienda de campaña para dormir alejado del pueblo, quedarse en posadas sencillas, pero con mucho calor humano, o descansar en un hotel de primera clase, donde puede disfrutar junto al fuego de una chimenea.

¹¹ www.elsalvadorturismo.gob.sv/chalatenango.htm

Esto es tan solo una parte de toda la oferta turística que forma parte del sueño turístico de Chalatenango

Entre las ofertas turísticas que ofrece el departamento se encuentran:

✓ **Turicentro Agua Fría**

El nombre proviene de las bajas temperaturas de las aguas, que oscilan en los 25¼ C. Se encuentra al norte de la ciudad de Chalatenango, a una altura de 450 metros sobre el nivel del mar.

El turicentro cuenta con una extensión de 42 manzanas. Fue inaugurado en marzo de 1977 y en la actualidad se divide en dos zonas principales: área de piscinas, una para adultos y otra para niños y una de recreación.

En la segunda zona se ubican los desvestideros, un amplio restaurante o rancho que sirven comidas típicas y un salón de usos múltiples para todo tipo de actividades y reuniones familiares.

✓ **Río Sumpul**

Esta es una de las bendiciones naturales para los poblados de La Palma, San Fernando, Dulce Nombre de María, La Laguna, El Carrizal, Ojos de Agua, Nueva Trinidad y Las Flores.

En el invierno es un incansable proveedor de agua para el consumo diario. También favorece la pesca y alimenta las plantaciones de legumbres y maíz de las comunidades aledañas. Nace en la zona de la cuenca alta del Río Lempa, en el cantón El Encanto, San Ignacio, y desemboca en la presa "5 de Noviembre". Recibe la afluencia de seis ríos y cuatro quebradas y su longitud es de 77 kilómetros.

Al igual que los ríos El Rosario, San José (Metapán), La Palma, Nunuapa, Tamulasco y el Tórola, también el Sumpul nace entre las montañas que separan a Honduras de El Salvador. Este afluente en invierno alcanza hasta 75 metros de profundidad en algunas zonas.¹²

Otras de las bondades del río es que permite que los lugareños puedan disfrutar de sus aguas. En temporada de vacaciones es muy visitado por turistas de todo El Salvador.

✓ **La Palma**

Municipio del distrito de Tejutla, esta limitada por San Ignacio y Citalá, situada en el Departamento de Chalatenango, fronterizo con Honduras, toma desde San Salvador aproximadamente 2 horas llegar al pueblo de La Palma. Sus fiestas patronales se celebran en honor a la Virgen María del 13 al 21 de febrero.

Este pintoresco pueblo situado en las montañas del norte del país, esta situado a una altura de 995 metros sobre nivel del mar y se hizo famoso durante la época de la guerra por una zona tomada por la guerrilla. También adquirió su fama gracias al ingenio del Sr. Fernando Llordt quién enseñó a los pobladores a producir artesanía en materiales pintados, pirograbados, tallados y moldeados en madera, cuero y barro para su comercialización en el interior de la República y en el exterior del país. También en este municipio se extrae la brea, que obtiene por destilación de algunas maderas como el pino. Continúa siendo un agradable lugar para visitar debido a su clima fresco y bellos paisajes, posee una gran variedad de lugares para disfrutar de una estupenda alimentación, así como sitios de alojamiento para pasar la noche. También en este pueblo podrá visitar talleres artesanales donde podrá disfrutar y proporcionar tonalidades a las figuritas de madera con sus propias manos.

✓ **San Ignacio**

Se encuentra muy cercano al vecino pueblo de La Palma, la Villa de San Ignacio ofrece un clima fresco porque esta situado a 1010 metros sobre el nivel del mar. Sus fiestas patronales

¹² <http://www.terra.com.pa/turismo/articulo/html/tur6310.htm>

las celebran del 23 al 31 de julio en honor a San Ignacio de Loyola. Su principales industrias son la cafetalera, frutera, cerealista, productos lácteos y explotación de productos forestales.

También existen una diversidad de pequeños negocios y comercios las realiza con las poblaciones vecinas de Cítala y La Palma.

Esta pequeña villa posee también talleres artesanales donde trabajan la madera, lugares típicos para comer, así como también cómodos alojamientos en donde se puede disfrutar de los sitios naturales que ofrece esta zona.

✓ **Miramundo**

Subiendo las montañas del norte llegamos al cerro de Miramundo el cual es muy visitado por su clima fresco y agradables paisajes. En este cerro podrá encontrar un alojamiento llamado Hostal Miramundo de esta manera usted estará más cerca al Cerro El Pital donde podrá demostrar su destreza de escalador o las Pilas donde podrá conocer las siembras de hortalizas orgánicas que se producen en este lugar y cortarlas usted mismo, o si lo prefiere dormir a la luz de la luna en las diversas áreas de camping que encontrará.

✓ **Citalá:**

La Villa de Citalá se encuentra a 718 metros sobre el nivel del mar, posee una hermosa iglesia colonial, la cual vale la pena conocer ya que se encuentra muy cerca de este lugar. Citalá, en idioma maya-chorti significa "Río de Estrellas", celebra su fiesta patronal el 8 de diciembre en honor a la Virgen de Concepción.

✓ **Iglesia del Pilar**

Como estilo arquitectónico posee el neoclásico. La iglesia esta rodeada por un atrio que a su vez esta rodeado por una verja de hierro. Fue construida posiblemente a finales de los siglos XVII o a principios de los siglos XVIII. Su fachada tiene dos cuerpos, al interior del cual se encuentra el acceso principal en forma de arco y otros dos arcos simulados con elementos decorativos. La iglesia posee imágenes coloniales y documentos parroquiales del siglo XVIII.

2.7. Turismo en el Municipio de Nueva Concepción

HISTORIA

Esta población fue fundada y habitada por indios chortis (Mayas) desde siglos muy anteriores a la llegada de los españoles.

A partir de la segunda mitad del siglo XI formó parte del reino de Payaquí fundado por el anciano monarca Topilzín Acxitl, con base en la población chorti (Maya) preestablecida y población tolteca (nahoha) emigrante.

El nombre chorti de esta antiquísima comunidad humana no ha llegado hasta nosotros; pero sí la denominación que le dieron los indios yaquis o pipiles (Toltecas): Chicunhuexo.

Chicunhuexo, en idioma náhuatl, quiere decir: “los siete sauces llorones” pues proviene del toponímico de las raíces chicun, siete, y huexo, uscoy, sauce llorón.

El arzobispo don Pedro Cortés y Larraz lo menciona en 1770 con el nombre de Chicunquetzal, que en idioma náhuatl significa “los siete quetzales”, de chicun, siete; y quetzal, nombre de un ave sagrada centroamericana de bellissimo plumaje verde resplandeciente.

Época colonial:

En 1550 Chicunhuexo tenía unos 250 habitantes que hablaban el idioma chorti o apayac.

Según el alcalde mayor de San Salvador don Manuel de Gálvez Corral, San Pedro Chicunhuexo contaba en 1740 con tan sólo cinco indios tributarios o jefes de familia, es decir, con unos 25 habitantes.

En 1807 según el corregidor intendente don Antonio Gutiérrez y Ulloa, el pueblo de Chicunhuexo era comunidad de “indios y algunos ladinos” dedicados a la siembra de “maíz en corta cantidad y caña dulce”

Sucesos posteriores:

Perteneció de 1824 (12 de junio) a 1833 (13 de mayo) al departamento de San Salvador; del 13 de mayo al 21 de octubre 1833 al departamento de Tejutla; de 1833 (21 de octubre) a 1835 (22 de mayo) al departamento de San Salvador; de 1835 (22 de mayo) a 1855 (14 de febrero) al departamento de Cuscatlan, y a partir de esta fecha al departamento de Chalatenango.

En 1851 se estableció la "Feria del Primer Domingo del Año" que, con posterioridad, fue transferida al 2 de febrero.

Diezmada la población por el cólera morbus en noviembre y diciembre de 1857, los vecinos de Chicunhuexo se pusieron bajo la protección de la Purísima Concepción. exterminada la epidemia, con los auxilios de brigadas de médicos y enfermeros voluntarios enviados por el gobierno a la zona afectada, se consideró este hecho natural y lógico como un milagro, y los piadosos vecinos de Chicunhuexo dispusieron cambiar el nombre autóctono a su población por el de Nueva Concepción.¹³

La Asamblea Nacional Legislativa otorgó el título de Villa, al pueblo de Nueva Concepción, por Decreto del 13 de Marzo del año 1907. Por la ley del 12 de Mayo de 1921, emitida por la Asamblea Nacional Legislativa, durante la Administración de Don Jorge Meléndez, se otorgó el título de Ciudad a la Villa de Nueva Concepción.

Nueva Concepción ubicado a 67 kilómetros de San Salvador, en el Departamento de Chalatenango, posee una extensión territorio de 257.49 kms.². Lo que hoy se conoce como Municipio de Nueva concepción se caracteriza por algo muy peculiar, que posee de características geológicas prevalecientes y se le conoce como "zona de vida". En el Municipio de Nueva Concepción predominan por cada de diez km². Los bosques secos tropicales y una de cada siete hectáreas bosque húmedo subtropical.

¹³ Tesis: Mendoza Claudia y otros, Monografía del Municipio de Nueva Concepción, Chalatenango. 2005. Pág. 10.

En el contexto turístico el Municipio de Nueva Concepción, ofrece: Ríos, Posas, Fauna Silvestre, Cultura e Historia; siendo estos parte de los atractivos con los que ha sido privilegiado el Municipio.

El turismo en Nueva Concepción no se ha desarrollado a pesar de gran potencial turístico, debido a los diversos factores tales como: el conflicto armado, el cual estanco el desarrollo local del Municipio debido a la migración de los habitantes.

Actualmente el gobierno local se encuentra en miras de rescatar las actividades que en el periodo de la guerra desaparecieron. Después de haber superado la etapa, Nueva Concepción sigue enfrentando obstáculos tales como administración deficiente en cuanto a la explotación y manejo de lugares potencialmente turísticos con los que cuenta el Municipio entre ellos cabe mencionar: el Turicentro Splash, Los Olivos, y el Parque Acuático Río Lempa que son unos de los lugares más importantes que el Municipio ofrece.

- **Centro Turístico Splash**

Esta ubicado a 800 metros. Al sur del Instituto Nacional de Nueva Concepción, en este turicentro hay piscinas, toboganes y peceras donde las personas que lo visitan alquilan una lancha para andar pescando, tiene un restaurante y un área de zonas verdes donde las personas cuelgan sus hamacas para descansar. También ofrece un trencito donde pasean a todas las personas en todo el pueblo y en sus instalaciones cuenta con una cancha de fútbol.

- **Centro Turístico las Trancas**

Esta ubicado a 4 ½ km. de Nueva Concepción, este turicentro cuenta con dos piscinas pequeñas para niños, habitaciones, salón grande para reuniones y otro pequeño donde los visitantes pueden ir a comer. También cuenta con una cafetería y zonas verdes para poder colgar hamacas.

B. Marco Normativo

La Propuesta de un Plan Estratégico para impulsar el Turismo Ecológico como herramienta para el Desarrollo Local del Municipio de Nueva Concepción, Departamento de Chalatenango, tiene relación con las principales Leyes que a continuación se detallan:

"LEY DEL MEDIO AMBIENTE, tiene como uno de sus objetivos, regular las actividades, obras y proyectos que requieran de un estudio de impacto ambiental, los deberes de las personas naturales y jurídicas por contaminación y daño al ambiente. (Arts. 21, 22, 42, 85),¹⁴

"DECRETO DE CREACIÓN DE LA COMISIÓN NACIONAL DE TURISMO"

DECRETO N° 18.

Art. 1 Se crea una Comisión Nacional de Turismo, como el Organismo encargado de asesorar, coordinar y supervisar la política general, la planificación y promoción del turismo en El Salvador.

LEY TRANSITORIA DE REACTIVACIÓN DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA

DECRETO N° 134.

LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPUBLICA DE EL SALVADOR,

CONSIDERANDO:

I. Que la industria del turismo constituye una importante alternativa para el desarrollo económico nacional en su doble aspecto de captación de divisas y generadora de empleos.

II. Que la difícil situación por la que atraviesa el país ha repercutido directamente en las empresas que explotan la industria turística, provocando en ellas graves problemas de orden económico.

III. Que dentro del plan de reactivación de la economía nacional se hace necesario garantizar la supervivencia y continuidad de las empresas que tienen por finalidad la

¹⁴ Ministerio de Recursos Naturales y del Medio Ambiente

prestación de servicios al turismo e incentivar nuevas inversiones en esa clase de empresas; por lo que es conveniente dictar las medidas legales encaminadas a ese fin.

POR TANTO, DECRETA la siguiente:

• LEY TRANSITORIA DE REACTIVACIÓN DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA.

Art. 1. La presente Ley tiene por objeto la reactivación de la industria turística del país, mediante el establecimiento de regulaciones inmediatas que auxilien a las empresas que se dedican a actividades relacionadas con la explotación de la industria del turismo, en la solución de los graves problemas de orden económico y financiero que afrontan, así como la incentivación de nuevas inversiones con la misma finalidad.

• LEY DE FOMENTO DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA

DECRETO N° 367.

LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPUBLICA DE EL SALVADOR, CONSIDERANDO:

I: Que el turismo es; mediante el fomento adecuado, un factor importante del desarrollo económico nacional;

II. Que la creación de condiciones internas favorables para la prestación de los servicios de turismo deben coordinarse con los planes del Instituto Salvadoreño de Turismo;

POR TANTO, DECRETA: la siguiente

LEY DE FOMENTO DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA

Art. I. El objeto de la presente Ley es el fomento de las empresas que se dediquen a actividades relacionadas con la explotación de la industria turística, tales como el establecimiento y operación de hoteles, moteles, hoteles de apartamentos, restaurantes, agencias de viajes y cualesquiera otras que tengan por finalidad la prestación de un servicio turístico.

LEY DE LA CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO.

DECRETO No. 779.

LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPUBLICA DE EL SALVADOR, CONSIDERANDO:

I.- Que conforme al Art. 102, inciso segundo de la Constitución, el Estado fomentará y protegerá la iniciativa privada dentro de las condiciones necesarias para acrecentar la riqueza nacional y para asegurar los beneficios de ésta al mayor número de habitantes del país;

II.- Que así mismo al Art. 225 de la Constitución de la República establece que cuando la Ley lo autorice, el Estado, para la consecución de sus fines, podrá separar bienes de la masa de la Hacienda Pública o asignar recursos del Fondo General, para la constitución o incremento de patrimonios especiales destinados a instituciones públicas;

III.- Que el turismo constituye una de las principales fuentes de trabajo y un fuerte potencial de ingreso de divisas extranjeras;¹⁵

IV.- Que es necesario crear un ente cuya finalidad sea principalmente la promoción de los sitios más atractivos del país, fomentando la inversión extranjera y nacional, coadyuvando así con las políticas ambientales del Gobierno de la República; para lo cual es indispensable asignarle los recursos correspondientes, a fin de posibilitar su creación y funcionamiento.

CÓDIGO MUNICIPAL.

DE LA COMPETENCIA MUNICIPAL.

CAPÍTULO ÚNICO.

Art. 4. Compete a los Municipios:

- I. "La elaboración, aprobación y ejecución de planes de desarrollo y rurales de la localidad;
 1. . El impulso del turismo interno y externo y la regulación del uso y explotación turística y deportiva de lagos, ríos, islas, bahías, playas y demás sitios propios del municipio;
 2. La promoción de la participación ciudadana responsable en la solución de los problemas locales en el fortalecimiento de la conciencia cívica y democrática de la población;

¹⁵ www.laprensagrafica/archivodeleyes.com

3. La promoción del desarrollo industrial; comercial y agrícola, artesanal y de los servicios;
4. El incremento y protección de los recursos renovables y no renovables.
5. La regulación de la actividad de los establecimientos comerciales, industriales, de servicios y otros similares;
6. La promoción y organización de ferias y festividades populares.¹⁶

3. MARCO TEÓRICO DE REFERENCIA

3.1. PLAN ESTRATÉGICO

La planeación estratégica nos ayuda, a adquirir un concepto muy claro de nuestra organización, lo cual a su vez hace posible la formulación de planes y actividades que nos lleven hacia sus metas; permitiendo así prepararse para hacerle frente a los rápidos cambios del ambiente en que opera la organización.

CONCEPTOS:

"Es el proceso 'formalizado de planeación a largo plazo, que se usa para definir y alcanzar metas organizacionales."

"Es el arte y la ciencia de formular; implementar y evaluar decisiones ínter funcionales que permitan a una organización alcanzar sus objetivos."

Los conceptos anteriormente citados no tienen relación con el propósito de la investigación; por lo que se hace necesario tomar como base para el estudio la teoría y concepto de Plan Estratégico Participativo (PEP), siguiente:

¹⁶ Código Municipal con su reforma 1998, Editorial Jurídica Salvadoreña, Pág. 4-5

"Los planes estratégicos superan el inmediato de la planificación tradicional y por tanto su estructura responde a la necesidad de proyectar el desarrollo local de las ciudades e incluyen cuatro grandes propósitos:

- Promover el desarrollo económico y la competitividad local y regional.
- Reducir los equilibrios sociales y territoriales.
- Garantizar la sustentabilidad ambiental del desarrollo y
- Democratizar la administración del gobierno local, e incorporar la participación ciudadana en la gestión de lo público.

El plan estratégico y participativo, es un plan de acción local que parte de una visión global e intersectorial y permite adoptar acciones concertadas entre todos los actores locales; para el corto; mediano y largo plazo. En tal sentido, el plan turístico departamental y municipal debe orientarse a lograr el crecimiento económico sostenible para la región y, en particular, a generar oportunidades de vinculación productiva de la población residente en la jurisdicción, de tal manera que pueda satisfacer sus necesidades básicas bajo criterios de conservación ecológica.¹⁷

3.2 TURISMO

El turismo es una actividad que por sus características genera grandes transformaciones en el entorno de la comunidad receptora. Es quizá uno de los campos de actividad humana en el que se involucran todos los actores de una comunidad quienes, de alguna manera, se van a ver afectados positiva o negativamente:

3.2.1 GENERALIDADES DEL TURISMO.

A través de los años, el turismo ha demostrado ser una actividad necesaria en el país que se manifiesta por medio de una presión social de conocer otros lugares, ya sea internamente o fuera del país; el turismo ha sido concebido por los países latinoamericanos como el factor de

¹⁷ Sevilla Gonzalo , Planeación Estratégica Participativa Municipal, IULA/CELDACEL, Proyecto SACDEL

desarrollo en virtud de sus posibles efectos económicos, hablar de turismo exige en primer lugar citar su indisoluble, ligado a dicho concepto.

3.2.2. CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO.

El turismo es un fenómeno económico y social, surgido de una necesidad puesta de manifiesto en el hombre, que es la de descansar y de utilizar su tiempo libre en actividades que redunden en su beneficio personal.

Las características del turismo hacia el siglo XXI. Mega tendencias Globales: "En primer lugar habría que hablar de dos tendencias de carácter holístico, una que afecta a la oferta y otra a la demanda, pero que podrían titularse como crecimiento sostenido de la actividad turística en el futuro. Nos encontramos ante un sector en expansión, relativamente reciente, cuyos orígenes son prácticamente de los años sesenta y en el que nada parece que vaya a variar esa tendencia en el mediano o largo plazo: Esto requiere algunas aclaraciones que afectarán a su comportamiento en las distintas zonas. El crecimiento de la demanda no va a ser en todos lados igual, variará entre las distintas zonas turísticas, dependiendo esto de diferentes circunstancias. Mientras Europa Occidental crecería más lentamente, América Latina lo haría más rápido. Esto es importante en el desarrollo de los destinos de nuestro continente.

La diversificación motivacional aún será mayor, donde empiezan a surgir nuevas demandas, con planteamientos más dinámicos, micro productos, etc. Esto se asocia a un turista más activo y participativo, que le gusta decidir sobre sus vacaciones, quiere ser activo en su viaje, con demanda de actividades lúdicas, deportivas, ya sea como accesorio o motivo de viaje.¹⁸

¹⁸ www.turismoenmonografia.com

4. DESARROLLO LOCAL

"El Salvador, ha venido sufriendo transformaciones importantes en la dinámica social y política a partir de los acuerdos de paz. Una de ellas es, el surgimiento de nuevas formas de interacción entre el Estado y la sociedad. En diversos municipios y regiones del país, encontramos claras expresiones de dichas formas, siendo una muy importante los procesos para fortalecer la Participación Ciudadana en la toma de decisiones y la concertación en función del desarrollo local y regional."

"Cuando hablamos de desarrollo local estamos hablando de este proceso de y transformación pero refiriéndose a una localidad o a un lugar determinado, que cuenta con el territorio delimitado, una población y un gobierno o autoridad que rige sobre este espacio.

El desarrollo local es un proceso que implica organizar el espacio donde vive la población y el entorno que la rodea y además, ir reconstruyendo o construyendo un tejido de relaciones sociales y oportunidades económicas que permita vivir en armonía de la población presente y futura. Así mismo el desarrollo involucra componentes sociales, económicos, políticos, culturales y ambientales, que tienen elementos que están interrelacionados, y para lograr un desarrollo equilibrado es necesario el avance de todos los componentes."¹⁹

4.1 CONTENIDO Y COMPONENTES DEL DESARROLLO LOCAL

La Participación de la Población Local:

Es el involucramiento de la gente en el quehacer del municipio o de un territorio determinado. Se refiere a la participación de la población, que es parte de esta unidad territorial, para conocer y analizar su situación, identificar y priorizar sus necesidades y problemas, proponer formas de atender esas necesidades y solucionar problemas.

¹⁹ FUNDAMUNI, El Desarrollo Local y Participativo de la Mujer, Diseño y Agramacion, Algiers, Abril 2000, págs. 1 y 2 .

Es pues, la participación para decidir qué hacer en función del interés común del municipio; es participar, como individuos y como colectividad, en la toma de decisiones de su localidad, caserío, cantón y municipio; es participar en la orientación de éste proceso. Requiere entonces de planificación, de organización, de concertación, de coordinación, de aportar en la realización de este proceso.

Esta participación debe permitir también, velar por el buen desempeño de la administración pública, tanto del gobierno local como del gobierno central, así mismo, de cualquier instancia comunal y otras institucionales que tienen interés en apoyar alguno o varios aspectos del desarrollo local:

La Democratización de los Procesos Sociales:

Implica ampliar y asumir responsablemente los derechos, deberes y libertades que estos procesos generan: Por ejemplo, este proceso de participación ciudadana en el quehacer del municipio, así como requiere de condiciones de apertura, tolerancia e igualdad de oportunidades para participar; y de metodologías adecuadas para hacer posible esa participación, exige además involucrarse en este proceso:

Desarrollo de la Infraestructura y los Servicios Básicos:

No podemos decir que un municipio tiene un alto grado de desarrollo local si existen muchas necesidades básicas insatisfechas. Por tanto; para lograr el desarrollo local es necesario contar con la infraestructura y los servicios básicos que requiere la población local.

Está claro que son limitadas las posibilidades de desarrollo de una población que no cuenta con calles de acceso al municipio ni calles internas; o que éstas se encuentran en mal estado, o que carece de agua potable y energía eléctrica, o que le faltan locales adecuados para atender la educación y la salud de la población, o que no dispone de las instalaciones y/a las maquinarias y herramientas necesarias para poder crear riqueza.

Sin embargo sería erróneo limitar el desarrollo local de un municipio; únicamente a la construcción de la infraestructura básica que necesita. No se puede considerar a un municipio desarrollado por haber resuelto la mayoría de necesidades de infraestructura y servicios, si aun hay otros componentes del desarrollo que no avanza o que no están en camino de ser resueltos:

Pero es un hecho que al contar con la infraestructura y servicios básicos, si se aprovechan adecuadamente, se generan condiciones que permiten o potencien avances importantes en otros componentes y en el Proceso del desarrollo local. Por otra parte, tampoco se puede decir que un municipio ha logrado su desarrollo por el hecho de tener resueltas la mayoría de necesidades en la cabecera municipal o casco urbano, si en las demás localidades (cantones y caseríos que son parte de ese municipio) sigue habiendo muchas necesidades que no se han resuelto.

Entonces la cobertura de esta satisfacción debe ser en todo el municipio, o en todas las localidades que se encuentran dentro del área de una determinada unidad territorial.²⁰

5. DESARROLLO SOSTENIBLE

Las grandes transformaciones ocasionadas por el hombre en el ambiente; han conducido al planeta a una situación de crisis, por lo cual es necesario restablecer: el equilibrio con la naturaleza. Esto nos lleva al concepto de desarrollo sostenible; que según la Comisión, Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, es un desarrollo cuyo principio general es el de satisfacer las necesidades humanas del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias. "Es necesario un desarrollo antrópico equilibrado; integrado y acorde con su medio ambiente."²¹

²⁰ Idem, pág., 3-5

²¹ Ministerio del Medio Ambiente (1997) Tomo 6, Pág.. 6

Múltiples zonas turísticas ausentes de adecuada planificación han experimentado procesos de deterioro. Las causas son múltiples y están asociadas con:

5.1 LA INEFICIENTE ACTUACIÓN PÚBLICA

Por falta de directrices. Desconocimiento del entorno y el mercado: Falta de recursos humanos capacitados. Falta de iniciativa e interés. Escasa preservación de los recursos del sector. Legislación inadecuada (obsoletas o inexistentes). Instituciones desarticuladas.

5.2. FALTA DE TRABAJO INTERINSTITUCIONAL:

Ausencia de intercambio público-privado. Carencia de medios de articulación. Ausencia de responsabilidad. Comunicación interinstitucional deficiente. Inexistencia de modelos y experiencias.

5.3 DEFICIENTE INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

Inexistencia de infraestructura básica. Falta de equipamiento adecuado. Ausencia de medios de comunicación. Falta de recursos financieros. Dificultad en el acceso a la información. Aprovechamientos meramente económicos de los espacios. Ausencia de tecnología accesible. Ausencia de mecanismos de control de calidad. En general estos se encuadran dentro de lo que se considera la Carencia de Estudios de Diagnóstico y E.I.A (Evaluación de Impacto Ambiental).

5.4. DESARROLLO INADECUADO DEL TURISTA Y DEL EMPRESARIO:

Falta de concientización, usos demasiado intensivos, bajo nivel de educación aplicado. Falta de estudios de Marketing, falta de capacitación en gerenciamiento sustentable del empresariado. Falta de diagnóstico integral de los proyectos de inversión. Falta de códigos de procedimiento. Ausencia de mecanismos de educación ambiental FONDO y no formal.

5.5. PARTICIPACIÓN COMUNITARIA DEFICIENTE

Las comunidades se sienten ajenas al proyecto, poco estimuladas. Preconceptos frente al turismo: Problemas económicos emergentes. Información insuficiente sobre los proyectos.

En definitiva todas estas causas han llevado a situaciones asociadas a impactos negativos porque la demanda superó la capacidad de carga de los entornos donde se desarrollo la actividad, el surgimiento de actividades agresivas con el entorno social y natural, servicios inadecuados, aparición de incompatibilidad de usos, formación de enclaves y pérdida de identidad cultural.

Es urgente que dentro de la proyección de las inversiones se le otorgue a la capacitación de personal en materia ambiental, un papel más importante: Mejor aún sería disponer de mecanismos de educación ambiental.²²

6. TURISMO SOSTENIBLE

Su significado es hacer un uso permanente del recurso sin que éste se deteriore. El término sostenible o sustentable se refiere también a que sea ecológicamente sensato, económicamente viable y socialmente justo.

Este nuevo término, aplicado al turismo; implica, para su desarrollo turístico, que debe tomarse en cuenta a la base social, que debe ser dueña del recurso. De esta forma, además de realizar un desarrollo que nos ayude a conservar la zona, estaremos contribuyendo a elevar el nivel y la calidad de vida de la población local; de donde saldrán los operadores de la industria turística.

²² López, Tomas j. y Fernando Lara de Vicente; Turismo Sostenible: Un enfoque multidisciplinar e internacional Córdoba: Servicios de publicaciones Universidad de Córdoba, 2005, Página 459.

El principio de la sustentabilidad radica en que la base de renovación de los recursos naturales nunca será menor que la utilización y en su caso, explotación de los mismos.

Los pobladores originarios de los sitios turísticos deben participar en los proyectos de desarrollo de turismo sustentable; ya que por elemental justicia, ellos deben organizar, *edificar* y operar, con una adecuada asesoría, el uso sostenible de los recursos naturales. El uso racional de la naturaleza es una de las alternativas para diversificar las actividades en las comunidades indígenas y combatir así la pobreza. Es paradójico que; en Bolivia, los asentamientos humanos más pobres se ubiquen en las áreas donde los ecosistemas son los *de mayor* biodiversidad.²³

"Nuestra actual insensibilidad respecto a la naturaleza es increíble. Un terremoto, la visión de casas destruidas, la ruina de un edificio antiguo, iglesia, la negligencia en el cuidado de los viejos manuscritos, todo esto nos entenece, nos conmueve o nos indigna. Son todas heridas que golpean directamente al hombre.

No nos impresiona del mismo modo el incendio de un bosque, o la construcción de una autopista en medio de una jungla; hasta nos da sensación de poder. Todo lo que daña o ultraja lo que nosotros hemos construido, el producto de nuestras manos, nos hiere, y en cambio nos es indiferente el daño inferido a lo que ningún hombre construyó, la naturaleza, porque la consideramos solo un recurso a disfrutar, a transformar".²⁴

6.1 PRINCIPIOS Y OBJETIVOS DEL TURISMO SOSTENIBLE.

"El desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales.

²³ Ibid pág. 460

²⁴ Tesis: Mendoza Sofía y otros. Gestión para implementar el turismo ecológico como herramienta para el desarrollo local del Municipio de Jocoaitique. 2004. Universidad de El Salvador. Pág. 51

El desarrollo sostenible es un proceso orientado que contempla una gestión global de los recursos con el fin de asegurar su durabilidad, permitiendo conservar nuestro capital natural y cultural, incluyendo las áreas protegidas: Siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo, puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible. Una buena gestión del turismo exige garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende.

- El turismo tendría que contribuir al desarrollo sostenible, integrándose en el entorno natural, cultural y humano, debiendo respetar los frágiles equilibrios que caracterizan a muchos destinos turísticos, en particular las pequeñas islas y áreas ambientalmente sensibles. La actividad turística deberá prever una evolución aceptable respecto a su incidencia sobre los recursos naturales; la biodiversidad y la capacidad de asimilación de los impactos y residuos producidos.
- La actividad turística ha de considerar los efectos inducidos sobre el patrimonio cultural y los elementos; actividades y dinámicas tradicionales de las comunidades locales. El reconocimiento de estos factores locales y el apoyo a su identidad, cultura e intereses, deben ser referentes obligados en la formulación de las estrategias turísticas, especialmente en los países en vías de desarrollo.
- La contribución activa del turismo al desarrollo sostenible presupone necesariamente la solidaridad, el respeto mutuo y la participación de todos los actores implicados en los procesos, tanto públicos como privados: Esta concertación ha de basarse en mecanismos eficaces de cooperación a todos los niveles: local, nacional, regional e internacional.
- La conservación, la protección y la puesta en valor del patrimonio natural y cultural, representa un ámbito privilegiado para la cooperación. Por parte de todos los responsables, esta actitud implica un auténtico reto de innovación cultural, tecnológica y profesional, que además exige realizar un gran esfuerzo por crear y desarrollar instrumentos de planificación y de gestión integrados.

- Los criterios de calidad orientados a la preservación del destino turístico y a la capacidad de satisfacción del turista, determinados conjuntamente con las comunidades locales y basadas en los principios del desarrollo sostenible, deberían ser objetivos prioritarios en la formulación de las estrategias y proyectos turísticos.
- Para participar en el desarrollo sostenible, el turismo debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por la economía local, garantizando su plena integración y contribuyendo positivamente al desarrollo económico local.
- Toda opción de desarrollo turístico debe repercutir de forma efectiva en la mejora de la calidad de vida de la población e incidir en el enriquecimiento sociocultural de cada destino:
- Los gobiernos y autoridades competentes; con la participación de las ONG's y las comunidades locales; deberán cometer acciones orientadas a la planificación integrada del turismo como contribución al desarrollo sostenible.
- Reconociendo que la cohesión social y económica entre los pueblos del mundo es un principio fundamental del desarrollo sostenible, urge impulsar medidas que permitan un reparto más equitativo de los beneficios y cargas producidos por el turismo. Ello implica un cambio en los modelos de consumo y la introducción de métodos de fijación de precios que permitan la internacjonalización de los costes medioambientales.
- Los gobiernos y las organizaciones multilaterales deberían priorizar y reforzar las ayudas directas o indirectas a los proyectos turísticos que contribuyan a la mejora de la calidad medioambiental. En este marco, es necesario investigar en profundidad sobre la aplicación de instrumentos económicos, jurídicos y fiscales internacionalmente armónicos que aseguren el uso sostenible de los recursos en materia turística.

- Las zonas vulnerables desde el punto de vista ambiental y cultural; tanto las actuales como las futuras; deberán recibir prioridad, especial en materia de ayuda financiera y cooperación técnica al desarrollo turístico sostenible. También han de recibir tratamiento especial las zonas degradadas por los modelos turísticos obsoletos y de alto impacto.
- La promoción de formas alternativas de turismo coherentes con los principios del desarrollo sostenible; así como el fomento de la diversificación de los productos turísticos, constituyen una garantía de estabilidad a medio y largo plazo. Para perseguir este fin, es necesario asegurar y reforzar de forma activa la cooperación regional, particularmente en el caso de las pequeñas islas y áreas de mayor fragilidad ecológica.
- Los gobiernos, la industria turística, las autoridades y las ONG's responsables del turismo deberán impulsar y participar en la creación de redes abiertas de investigación, difusión, información y transferencia de conocimientos en materia de turismo y tecnologías turísticas ambientalmente sostenibles.
- La definición de una política turística de carácter sostenible requiere necesariamente el apoyo y promoción de sistemas de gestión turística ambientalmente compatibles, de estudios de viabilidad que permitan la transformación del sector, así como la puesta en marcha de proyectos de demostración y el desarrollo de programas en el ámbito de la cooperación internacional.
- La industria turística, en colaboración con los organismos y ONG's con actividades relacionadas con el turismo; deberá diseñar los marcos específicos de acciones positivas y preventivas que garanticen un desarrollo turístico sostenible, estableciendo programas que apoyen la ejecución de dichas prácticas.

Realizarán el seguimiento de los logros alcanzados; informarán de los resultados e intercambiarán sus experiencias.

Habrá de prestarse una atención especial al papel del transporte y sus efectos sobre el medio ambiente en la actividad turística, así como al desarrollo de instrumentos y medidas, orientadas a reducir el uso de energías y recursos no renovables, fomentando además el reciclaje y la minimización de residuos en las instalaciones turísticas.

Con el fin de que el turismo pueda ser una actividad sostenible, es fundamental que se adopten y pongan en práctica códigos de conducta que favorezcan la sostenibilidad por parte de los principales actores que intervienen en la actividad, en particular por los miembros de la industria turística. Dichos códigos pueden constituir instrumentos eficaces para el desarrollo de actividades turísticas responsables.

Deberán ponerse en práctica todas las medidas necesarias con el fin de sensibilizar e informar al conjunto de las partes implicadas en la industria del turismo, ya sea a nivel local, nacional, regional o internacional, sobre el contenido y los objetivos del turismo sostenible.

6.2 BONDADES DEL TURISMO SOSTENIBLE

- El turismo debe ayudar a que la gente lleve una vida sana y productiva en armonía con la naturaleza.
- El turismo debe contribuir a la conservación, protección y restauración del ecosistema terrestre.
- El turismo debe basarse en modelos sostenibles de producción y consumo:
- Las naciones deben cooperar para promover un sistema económico abierto en el cual pueda existir un comercio internacional de servicios turísticos con una base sostenible.
- Turismo, paz, desarrollo y protección ambiental son interdependientes.

- El proteccionismo en la comercialización de servicios turísticos debe detenerse o revertirse.
- La protección ambiental debe constituir una parte integral del proceso de desarrollo turístico.
- Los asuntos de desarrollo turísticos deben manejarse con la participación de ciudadanos interesados; y las decisiones de planificación deben ser tomadas al nivel local:
- Las naciones deben prevenirse mutuamente sobre desastres naturales que puedan afectar a los turistas o a las áreas turísticas.
- El turismo debe usar su capacidad para crear empleos para mujeres y pueblos indígenas en su máxima expresión.
- El desarrollo turístico debe reconocer y apoyar la identidad, cultura, e intereses de los pueblos indígenas.
- Las leyes internacionales que protegen el ambiente deben ser respetados por la industria turística.²⁵

7. ECOTURISMO COMUNITARIO

Consiste en que la actividad turística sea manejada por la comunidad y beneficie directa e indirectamente a sus miembros; mediante la oferta de servicios de alojamiento, comida; guías; artesanías y otros.

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

²⁵ www.cartamundialdetruismosostenible.com

Los requisitos para lograr el éxito de un proyecto eco turístico comunitario se resume en:

- Que este basado en un consenso de toda la población, a través de la creación de una organización dedicada al fomento del ecoturismo. Por ejemplo, un comité de gestión turística, una secretaria de ecoturismo, una asociación de ecoturismo o el nombre que la comunidad decida.
- Que se involucre a personas de ambos sexos en toda la etapa de planificación y ejecución.
- Que se establezca nexos de coordinación con diferentes organismos gubernamentales (municipal, mancomunidad) para contribuir en la conservación de los recursos naturales y apoyar la actividad turística a través de capacitaciones a todo nivel.
- Que se establezcan acuerdos con operadores turísticos regionales, nacionales e internacionales para organizar la llegada de los turistas.
- Que se establezcan acuerdos de colaboración con otras entidades (hoteleras; agencias de viajes, escuelas; ONG's conservacionistas, universidades, etc.) presentes en la zona que puedan ayudar a desarrollar el proyecto.

7.1. VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL ECOTURISMO COMUNITARIO

VENTAJAS

- Mejoramiento de infraestructura: caminos, señalizaciones, casas, plazas, etc.
- Rescatamos las costumbres locales.
- Los pobladores se educan e interpretan en torno a los conocimientos locales, es decir, se sistematizan la información cultural, natural e histórica del lugar.

- Conservación del lugar a través de la limitación espacial (limitar áreas de interés), limitación de actividades, además de potenciar otras.
- Favorece a la autogestión comunitaria.
- Se generan empleos y favorece a la creación de microempresas.
- Existe mayor posibilidades de comunicación.

DESVENTAJAS

- Existe el riesgo de que se introduzcan otros pobladores atraídos por el negocio turístico:
- Existe la posibilidad de un crecimiento desproporcionado del nivel de vida, los costos locales pueden subir por efecto del turismo y algunos pobladores se verían obligados a migrar.
- Las diferencias culturales de los turistas puede influir en la cultura local, en la imposición de valores o costumbres que no son propias del lugar, principalmente en los grupos más vulnerables de la población (jóvenes y niños).
- Se da la posibilidad de que exista una sobrecarga turística que ponga en riesgo la conservación del lugar a cambio de una actitud comercial y lucrativa.

7.2. FINES DEL ECOTURISMO

- Apoya la conservación de los recursos naturales; que son la base de la oferta ecoturística conjuntamente con las costumbres culturales locales.
- Resalta el valor del patrimonio natural y cultural viéndolo como una fuente de calidad de vida y que debe permanecer por mucho tiempo.

- Impulsa la planificación y manejo de los recursos naturales y culturales al ser parte de la oferta ecoturística.
- Genera empleos y beneficios económicos a las poblaciones locales.

- Promueve la investigación científica; especialmente la relacionada a los recursos naturales, debido a que son lugares que presentan niveles considerables de biodiversidad.

- Integra áreas rurales al desarrollo de la economía nacional.

- Sirve como instrumento para la capacitación y la concientización de la población en todos sus niveles incluyendo a los ecoturistas con respecto a los valores que tiene la naturaleza.

- Estimula la creación de microempresas ecoturísticas para que las comunidades locales se conviertan en protagonistas, contribuyendo a la justa distribución de los ingresos generados.

7.3 ELEMENTOS QUE INTEGRAN EL ECOTURISMO ECOTURISTA

Se refiere la persona que hace uso de las actividades eco-turísticas. Existen perfiles típicos de estas personas:

El que elige un viaje guiado (tours) ocasional como parte de su viaje, se denomina ecoturista ocasional o aventurero.

El que visita lugares tradicionalmente famosos como destino turístico y que no necesariamente son caracterizados por sus áreas naturales casi intactas.

El que elige específicamente lugares de mayor contacto con la naturaleza.

Por ultimo, aquellos que están más dedicados a la naturaleza como los científicos o estudiosos de la naturaleza, se llama eco turista entregado.

7.4. LAS ACTIVIDADES ECOTURÍSTICAS

Las actividades estarán en función de los recursos del lugar, manteniendo el concepto de que estas no sean agresivas al medio ambiente en sus distintos componentes: flora, fauna, suelo, agua, hombre. Para el desarrollo de las actividades, debemos tener cuidado de usar equipo lo menos agresivo al medio ambiente, por ejemplo bicicletas, canoas, vehículos en buen estado, animales locales, etc.

Entre las actividades mas aconsejables están: Observación de animales de día y de noche, observación de plantas, disfrutar de paisajes, recorrido o caminatas por la selva o senderos interpretativos, etc.

8. INFRAESTRUCTURA

Para desarrollar una infraestructura turística lo más sostenible, debemos tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- Elegir una área donde el impacto ambiental sea lo menos posible, teniendo en cuenta de no cortar mucha vegetación, que no exista riesgo de erosión, que no interfiera en algún paisaje, etc.
- Diseñar construcciones simples que no rompan con la armonía del lugar.
- Utilizar materiales semejantes a los que se emplean en la zona: palma, adobe, madera, piedras; etc.

9. SENDEROS

Un sendero puede tener distintos objetivos: permitir al visitante observar y experimentar ciertos lugares y descubrir puntos de interés que normalmente pasan desapercibidas por el turista. Al momento de diseñar un sendero tenemos que tomar en cuenta los siguientes criterios y fases:

- Hacer un diagnóstico para recolectar información de la zona sobre especies en peligro; ejemplares fáciles de contemplar y la seguridad del lugar.
- Determinar el tipo de sendero que se va a diseñar teniendo en cuenta recursos económicos, espacios disponibles y a quien va dirigido.
- Para la construcción de senderos debemos evitar en lo posible la destrucción excesiva de la vegetación. Para hacerlo más entretenido al visitante; el diseño del sendero debe prever también curvas; en lo posible que sea un circuito donde el turista no pase dos veces por el mismo lugar. Para su construcción debemos utilizar materiales ecológicos, por ejemplo, colgar o fijar los letreros en los árboles en vez de clavar.

10. TRANSPORTES

Se refiere a la utilización de transporte mecánico (auto, camión, bicicleta, canoa, lancha, etc.) o animal; Respecto al transporte animal (caballo, burro, buey), debe encontrarse en buen estado físico y debidamente equipado (ensillado).

El transporte de Nueva Concepción se intensificó a partir del año 1970 y actualmente el transporte público ruta 141 cuenta con 28 unidades en funcionamiento, realizando dos viajes diarios de ida y regreso a la ciudad de San Salvador, con intervalos entre ellas en el tiempo de salida de 15 minutos.

También se cuenta con servicio directo hacia la cabecera departamental, como también con servicio para los principales cantones del Municipio.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO SOBRE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL DESARROLLO TURÍSTICO DE NUEVA CONCEPCIÓN.

1. IMPORTANCIA

El diseño de un Plan Estratégico para el fortalecimiento del turismo sostenible de Nueva Concepción, es trascendental ya que permitirá enfocarse, al desarrollo local y a la potencialización turística en el municipio con el objeto de dar una pauta a diversas organizaciones gubernamentales o privadas que puedan emplear sus insumos, incrementar su inversión, obtener mayores fuentes generadoras de empleo para los lugareños y de esa forma explotar sus riquezas naturales.

Además, el estudio permitió ayudar a identificar los problemas que surgen en la zona señalados en el planteamiento del problema, lo que facilitó la formulación de las recomendaciones respectivas.

Finalmente, el documento podría servir de base para crear un nuevo instrumento de control en el desarrollo del turismo sostenible que permita garantizar un crecimiento en el desarrollo local del municipio.

2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

2.1 General:

Identificar cuales son las necesidades de la zona para así dar una propuesta que propicie la potencialización del Turismo en el Municipio de Nueva Concepción, con la finalidad de proponer alternativas de solución a través de un Plan Estratégico.

2.2. Específicos:

- 1- Recolectar información precisa y objetiva a través de las técnicas e instrumentos de investigación utilizados.
- 2- Realizar un análisis sobre la situación actual de las condiciones y necesidades del Municipio que permitan identificar los factores que afectan y contribuyen al desarrollo local turístico de Nueva Concepción.
- 3- Determinar en qué condiciones se encuentra el Municipio, con la finalidad de proponer lineamientos que mejoren el aprovechamiento de los recursos disponibles en la región.

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Método de Investigación

El método que se utilizó para la investigación fue el método científico, que garantiza la confiabilidad de la investigación.

Se utilizaron los siguientes métodos específicos:

- **Análisis**

El análisis es la descomposición de un todo en sus elementos. Puede pensarse que analizar significa simplemente separar o examinar.

Se utilizó este método porque mediante él se logró separar en forma adecuada los conceptos básicos de los secundarios o las relaciones esenciales de las causales.

Este método se utilizó para el análisis de cada una de las partes que conforman nuestro objeto de estudio, los cuales son: El Concejo Municipal, Restaurantes y las Agencias de Viajes.

- **Síntesis**

El análisis presupone a la síntesis, y viceversa. Análisis y síntesis son de manera correlativa y absoluta inseparable. La síntesis es una totalidad, la cual contiene todo el sistema de relaciones.

En la investigación fue importante aplicar este método debido a que cuando se utiliza el análisis sin llegar a la síntesis, los conocimientos no se comprenden verdaderamente. En consecuencia la síntesis sin el análisis arroja resultados ajenos a la realidad.

- **Observación**

Esta técnica se utilizó para ampliar los resultados obtenidos sobre información que no se logró adquirir en las encuestas, y consistió en verificar directamente la situación actual del turismo en el Municipio.

Se realizó por medio de visitas a la Alcaldía Municipal, la Casa de la Cultura y los centros turísticos existentes y en funcionamiento para obtener información de primera mano acerca de cómo ellos colaboran en la potencialización del turismo, de qué mejoras podrían hacerse, y otros aspectos importantes.

3.2. Tipo de Investigación

El tipo de investigación que se realizó fue la descriptiva con la cual se estableció un diagnóstico que permitió visualizar la situación real que enfrenta el turismo en el municipio, y de esta manera poder ofrecer diferentes alternativas para la solución de la problemática encontrada.

4. Fuentes de Recolección de Información

Las Fuentes de información que se consultaron en el desarrollo de la investigación fueron: fuentes primarias y fuentes secundarias.

- ✓ **Fuentes Primarias**

Para realizar la investigación las fuentes primarias son todas aquellas de las cuales se obtiene información. Es también conocida como información de primera mano o desde el lugar de los hechos.

La Fuente primaria para la obtención de la información estuvo compuesta: El Concejo Municipal, Restaurantes y Agencias de Viajes.

✓ Fuentes Secundarias

Las Fuentes de información que se consultaron en la investigación fueron: Tesis de otros trabajos relacionados con el desarrollo del Turismo Sostenible, revistas, Internet y otros medios impresos.

5. Técnicas e instrumentos de recolección de información

El estudio a realizar requiere de la aplicación de diferentes técnicas e instrumentos con el objeto de obtener la información suficiente y necesaria para desarrollarlo. Para lo cual se aplicaron las siguientes:

✓ Entrevista

La entrevista consiste en la obtención de la información oral de parte del entrevistado recabada por el entrevistador de forma directa.²⁶ Esta técnica se realizó a través de un instrumento llamado guía de entrevista.

²⁶ Muñoz Campos, Roberto. **Guía para Trabajos de Investigación Universitaria**. 3ª Edición.

Con esto se logró rescatar información de las fuentes primarias, las cuales comprendió El Alcalde, El Sindico, La persona encargada de atender La Casa de La Cultura y Los propietarios de los Centros Turísticos , la radio difusora que funciona en el municipio.

✓ Encuesta

Según Roberto Muñoz Campos, en su libro Guía de Investigación Universitaria (1992), la encuesta se define como un conjunto de técnicas destinadas a reunir de manera sistemática datos sobre determinado tema relativos a una población. Para la aplicación de esta técnica, esta se realizará a través de un instrumento llamado Cuestionario.

La encuesta permitió obtener información relevante del objeto de estudio, haciendo uso de una muestra que comprendió El Concejo Municipal, Restaurantes y Agencias de Viajes, con esta técnica fue posible hacer un diagnóstico de la situación actual y de las necesidades existentes.

6. Instrumentos para la recolección de la Información

Los instrumentos que se utilizaron para recolectar la información necesaria para llevar a cabo la investigación fueron: el cuestionario y cédulas de entrevista.

✓ Cuestionario

El cuestionario utilizado en la encuesta comprendió el conjunto de preguntas para conocer la situación actual del Turismo y la opinión de los sectores involucrados.

✓ Cédula de Entrevista

Este instrumento se utilizó para obtener información que ayudó a hacer un mapeo de las necesidades que enfrenta el Municipio, así como para conocer las situaciones actuales de los diferentes estratos que están involucrados en este desarrollo.

7. Universo y Muestra

7.1 Universo

7.1.1 El Concejo Municipal

El Universo del concejo Municipal estará conformado de la siguiente manera:

El Alcalde	1
El Síndico	1
Primer Regidor	1
Segundo Regidor	1
Tercer Regidor	1
Cuarto Regidor	1
Quinto Regidor	1
Sexto Regidor	1
Séptimo Regidor	1
Octavo Regidor	1
Regidor Suplente	1
Total	14

7.1.2 Restaurantes

El Universo de Propietarios de Restaurantes estará conformado de la siguiente manera:

El Potrillo		1
Pollo Campero	1	
El Churrasco		1
Querétaro		1
Total		4

7.1.3 Agencias de viajes

El Universo de agencias de viajes estará conformado de la siguiente manera:

Agencia de viajes Jerusalén		1
Medina Tour		1
Agencia de Viajes Escobar	1	
Total		3

7.2 Muestra

El cálculo total de nuestra fue de **21** la cual se saco de la siguiente manera:

- 7.2.2** Para calcular la muestra utilizamos el método estratificado, donde la población se subdivide en varios estratos, extrayéndose luego una submuestra de cada estrato. Dicha muestra fue seleccionada de forma sistemática.

8. Recolección y procesamiento de datos.

Para recolectar la información se utilizaron encuestas, entrevistas y la observación, la cual fue procesada en cuadros y gráficas que ayudaron a interpretar mejor la información en cada una de las respuestas

La tabulación e interpretación de datos contribuyó a realizar el diagnóstico en el municipio sobre el desarrollo del turismo y en base a esto posteriormente desarrollar una propuesta que contribuya a mejorar el potencial turístico de la zona.

9. Tabulación y análisis de datos

El siguiente análisis fue efectuado de acuerdo a los datos obtenidos en la investigación de campo realizada en el Municipio de Nueva Concepción.

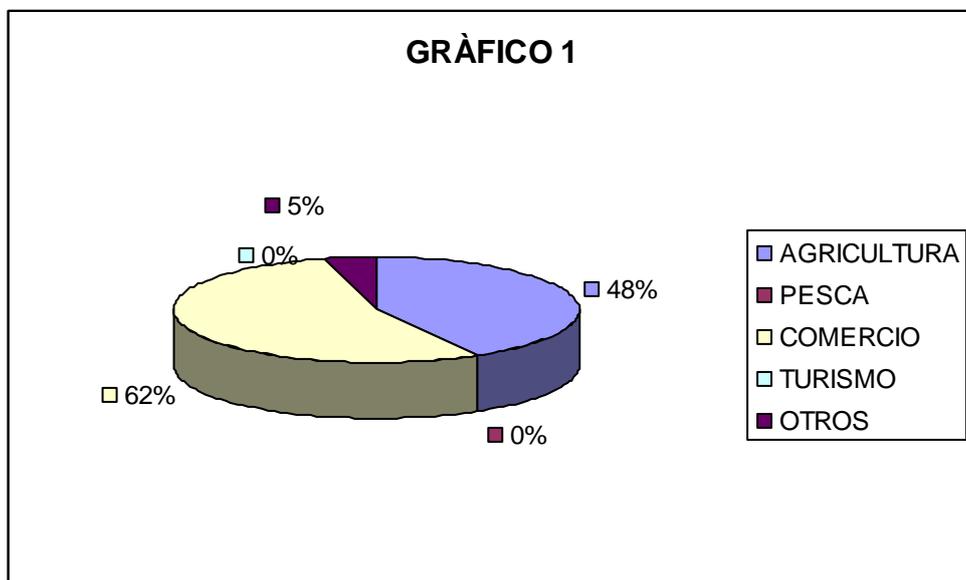
Formulación de la pregunta 1

1. ¿Cuál considera usted que es la actividad con mayor representación en crecimiento económico en la zona?

Objetivo de la pregunta:

Identificar la actividad con mayor representación de crecimiento económico.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
AGRICULTURA	10	48%
PESCA	0	0%
COMERCIO	13	62%
TURISMO	0	0%
OTROS	1	5%



NOTA: la sumatoria de la frecuencia es mayor que el marco muestral, por tratarse de una pregunta de opción múltiple.

Análisis:

Según la información obtenida, el principal aporte económico se debe a la agricultura y el comercio que son las actividades mas desarrolladas en la zona.

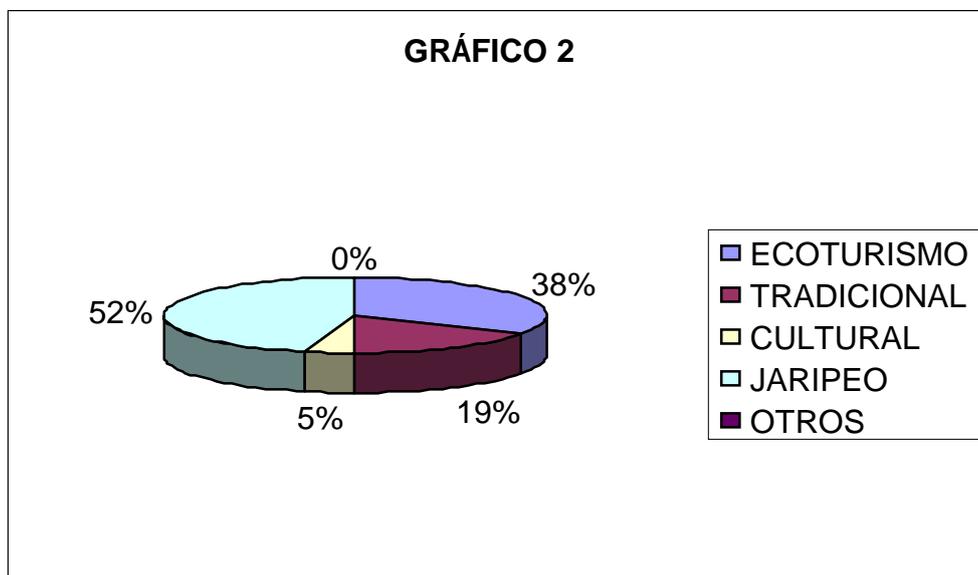
Formulación de pregunta 2

2. ¿Qué tipo de Turismo tiene mayor aceptación en el Municipio?

Objetivo de la pregunta

Determinar la categoría de turismo que tiene mayor aprobación en la actualidad

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ECOTURISMO	8	38%
TRADICIONAL	4	19%
CULTURAL	1	5%
JARIPEO	11	52%
OTROS	0	0%



NOTA: la sumatoria de la frecuencia es mayor que el marco muestral, por tratarse de una pregunta de opción múltiple.

ANÁLISIS:

La información obtenida refleja que en la zona son las actividades relacionadas con la ganadería son las de mayor aprobación turística.

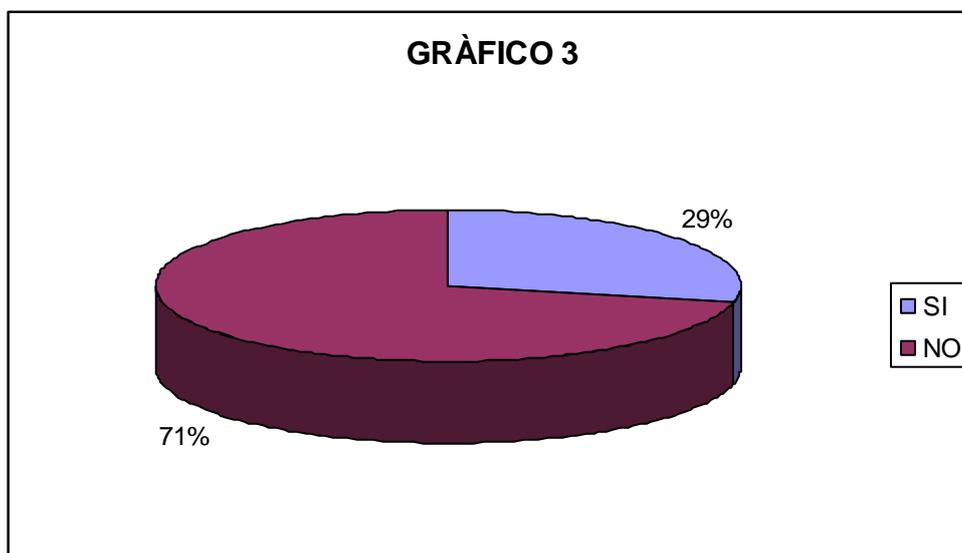
Formulación de pregunta 3

3. ¿Tiene conocimiento de proyectos para promover el turismo en la zona?

Objetivo de la pregunta

Conocer si se están desarrollando proyectos que promueven el turismo en la zona.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	29%
NO	15	71%
TOTAL	21	100%



ANÁLISIS:

El 71% de las personas encuestadas manifiestan no tener conocimiento de un proyecto de turismo en la zona, mientras que un porcentaje menor plantea que la construcción de la carretera que conducirá a Tacachico (Departamento de La Libertad) será un factor de beneficio para el turismo en la zona porque en esa área se ubican los dos principales Turicentros de tipo acuático.

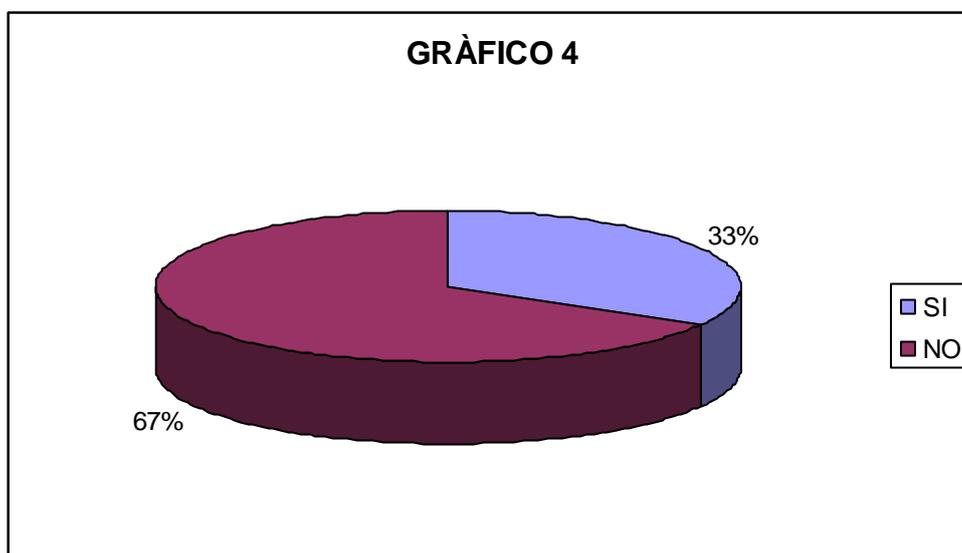
Formulación de pregunta 4

4. ¿Sabe usted si se dan a conocer a nivel nacional e internacional los productos y servicios turísticos del Municipio?

Objetivo de la pregunta

Precisar si se están promocionando los atractivos turísticos existentes en la zona.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	33%
NO	14	67%
TOTAL	21	100%



ANÁLISIS:

Según los datos obtenidos, un porcentaje considerable de la población encuestada manifiesta que sus atractivos turísticos no son dados a conocer ni a nivel nacional ni internacional debido a que no reciben apoyo de la Alcaldía y que algunos propietarios de los centros recreativos no se sienten preparados para un desarrollo sostenible del turismo.

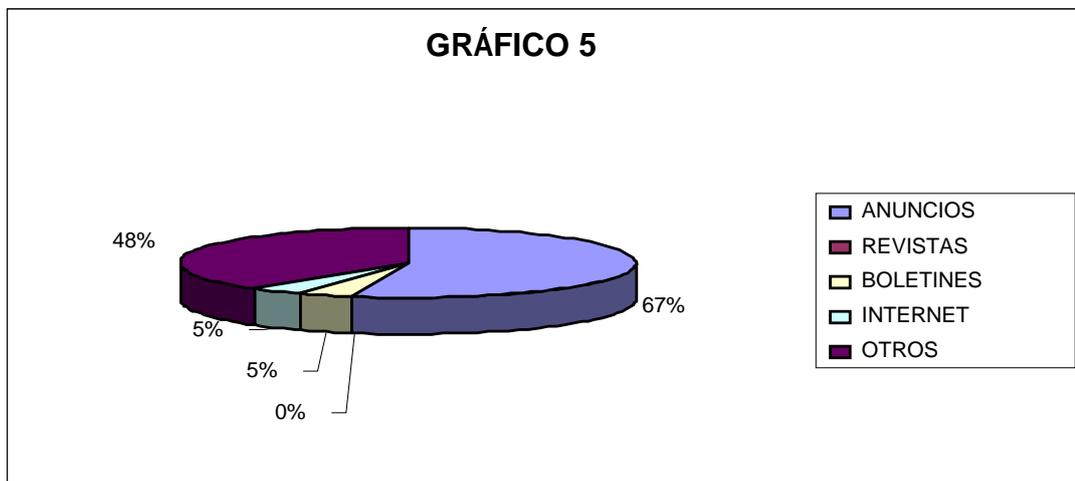
Formulación de la pregunta 5

5. ¿Cuáles de las siguientes actividades se realizan para promover los atractivos turísticos?

Objetivo de la pregunta

Identificar las actividades que realizan para la promoción de los atractivos turísticos.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORECENTAJE
ANUNCIOS	14	67%
REVISTAS		0%
BOLETINES	1	5%
INTERNET	1	5%
OTROS	10	48%



NOTA: la sumatoria de la frecuencia es mayor que el marco muestral, por tratarse de una pregunta de opción múltiple.

ANÁLISIS:

Considerando los resultados obtenidos, la población indica que la forma que utilizan para promocionar los atractivos turísticos es a través de perifoneos o carteles ubicados en lugares estratégicos para dar a conocer los eventos, lo cual consideramos que no es suficiente para atraer la demanda turística al municipio, pudiendo emplear la tecnología con la que actualmente contamos.

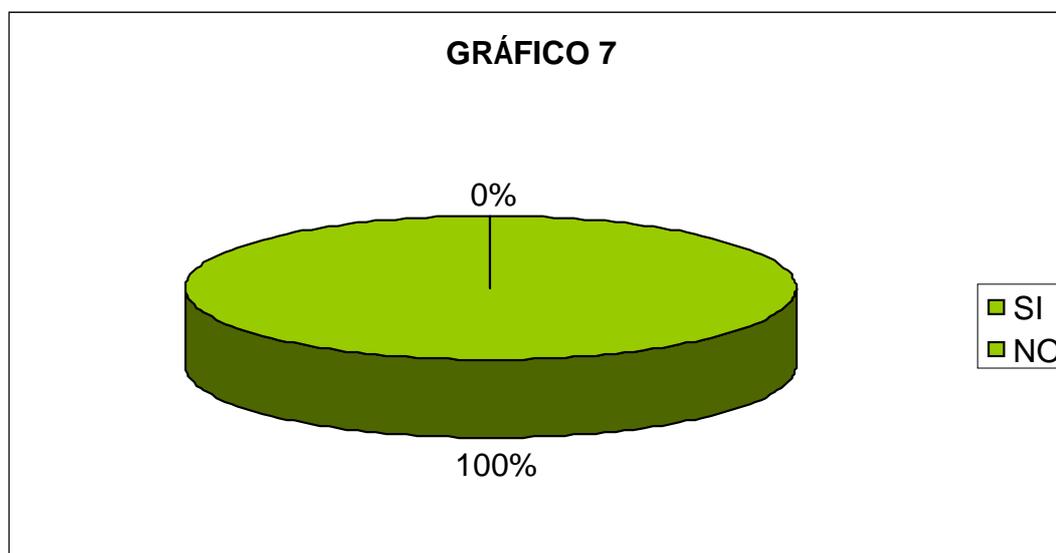
Formulación de la pregunta 6

6. ¿Sabe usted si existen convenios con instituciones privadas u otras organizaciones que se enfoquen a la potencialización de turismo?

Objetivo de la pregunta

Determinar si existen convenios con instituciones diversas, orientados a impulsar el desarrollo turístico.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	21	100%
TOTAL	21	100%

**ANÁLISIS:**

El 100% de los encuestados afirmaron que no existen convenios con instituciones privadas para impulsar el desarrollo del turismo sostenible, ya que aseguran que la Alcaldía no ha tomado partido para impulsar el turismo como un factor importante para el desarrollo local, cabe mencionar que el desinterés no es mas por la falta de inducción y experiencia en el desarrollo del turismo.

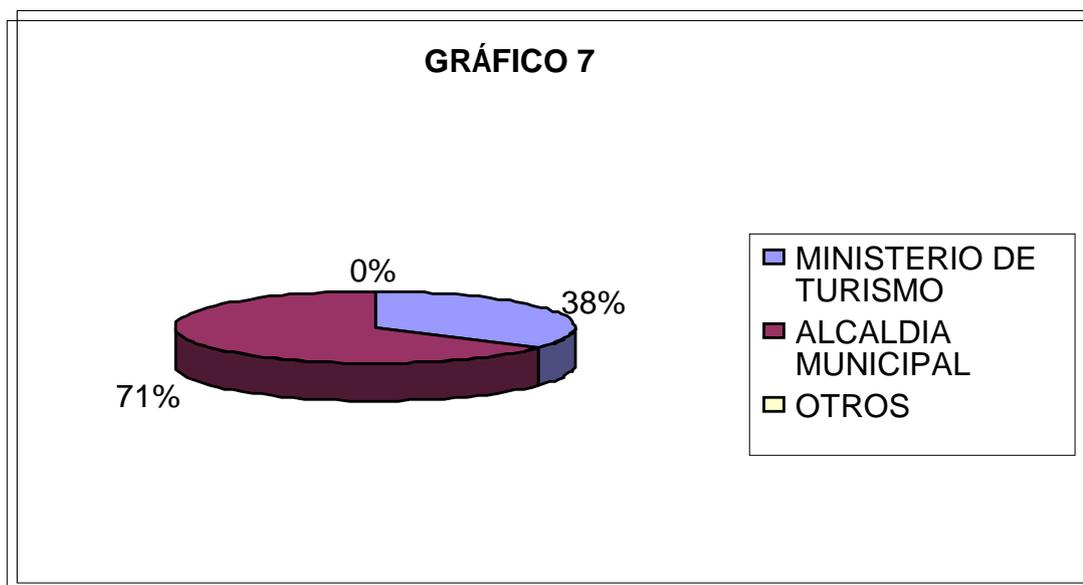
Formulación de la pregunta 7

7. ¿Quiénes tendrían que velar por el desarrollo del turismo en la zona?

Objetivo de la pregunta

Determinar que instituciones son las encargadas en el desarrollo del turismo.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MINISTERIO DE TURISMO	8	38%
ALCALDIA MUNICIPAL	15	71%
OTROS	0	0%



NOTA: la sumatoria de la frecuencia es mayor que el marco muestral, por tratarse de una pregunta de opción múltiple.

ANÁLISIS:

Un porcentaje considerable (71%) considera que la entidad encargada para impulsar el desarrollo del turismo es la Alcaldía, ya que hasta el momento manifiestan que no existe interés alguno por parte de las autoridades locales, lo que implica que hay interés por las personas encuestadas en potencializar el turismo en la zona y que ven en la municipalidad el punto de partida para el desarrollo del turismo.

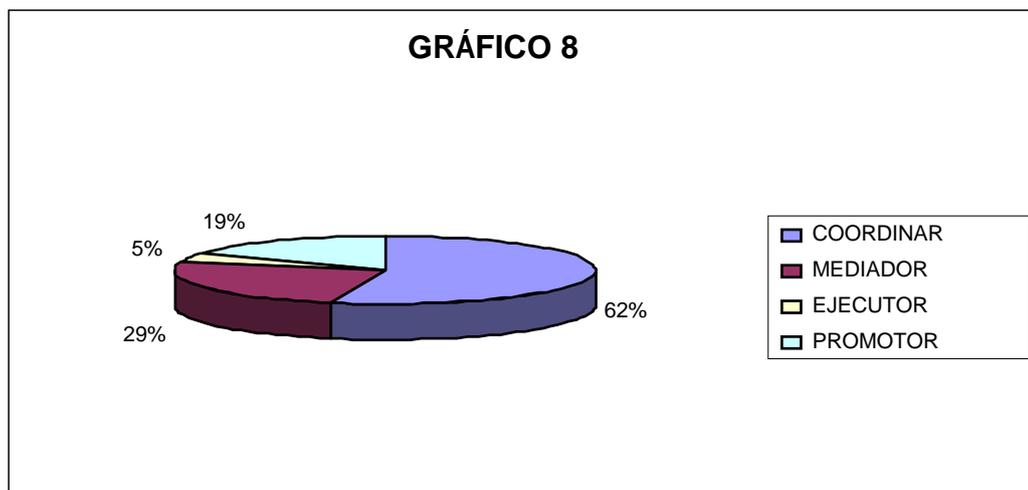
Formulación de la pregunta 8

8. ¿Qué papel debería jugar la Alcaldía en relación al turismo?

Objetivo de la pregunta

Conocer la opinión de los encuestados, sobre el protagonismo de la entidad edilicia en el progreso del sector turístico.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
COORDINAR	13	62%
MEDIADOR	6	29%
EJECUTOR	1	5%
PROMOTOR	4	19%



NOTA: la sumatoria de la frecuencia es mayor que el marco muestral, por tratarse de una pregunta de opción múltiple.

ANÁLISIS:

Un 62% manifestó que la función principal de la Alcaldía en relación al turismo es de coordinar, un 29% de mediador, un 5% de ejecutor y un 19% de promotor, lo cual significa que para ellos es la Alcaldía la responsable de disponer acciones con método y en orden. Sin embargo se obtiene de la pregunta que un alto porcentaje no considera a la Alcaldía como un promotor responsable del turismo en la zona.

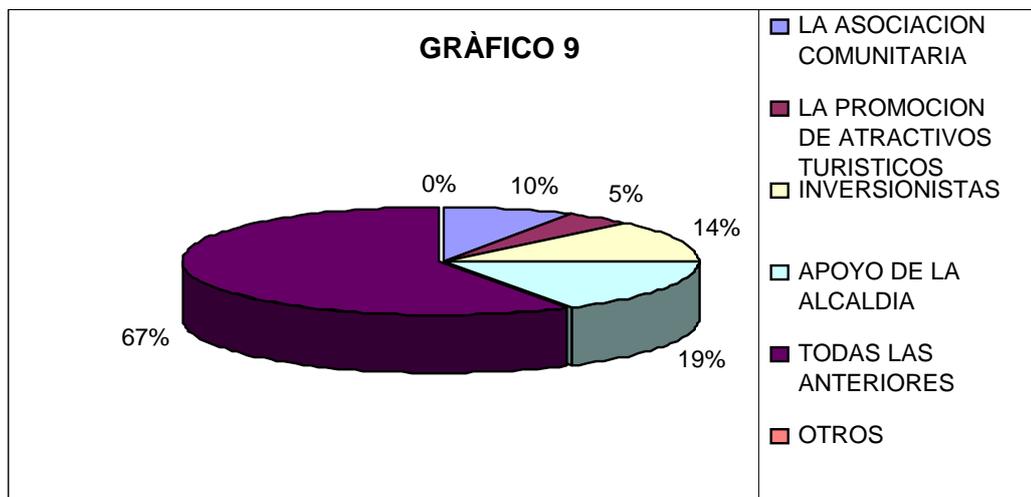
Formulación de la pregunta 9

9. ¿Cuál de los siguientes elementos considera usted que es clave para dinamizar la economía del Municipio?

Objetivo de la pregunta

Identificar los elementos determinantes para fortalecer la economía en la zona.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
LA ASOCIACION COMUNITARIA	2	10%
LA PROMOCION DE ATRACTIVOS TURISTICOS	1	5%
INVERSIONISTAS	3	14%
APOYOD DE LA ALCALDIA	4	19%
TODAS LAS ANTERIORES	14	67%
OTROS	0	0%



NOTA: la sumatoria de la frecuencia es mayor que el marco muestral, por tratarse de una pregunta de opción múltiple.

ANÁLISIS:

El 67% de los encuestados todos los elementos son importantes en la economía de la zona, es decir que el segmento encuestado está consciente que la integralidad de los elementos son importantes para el desarrollo en el municipio.

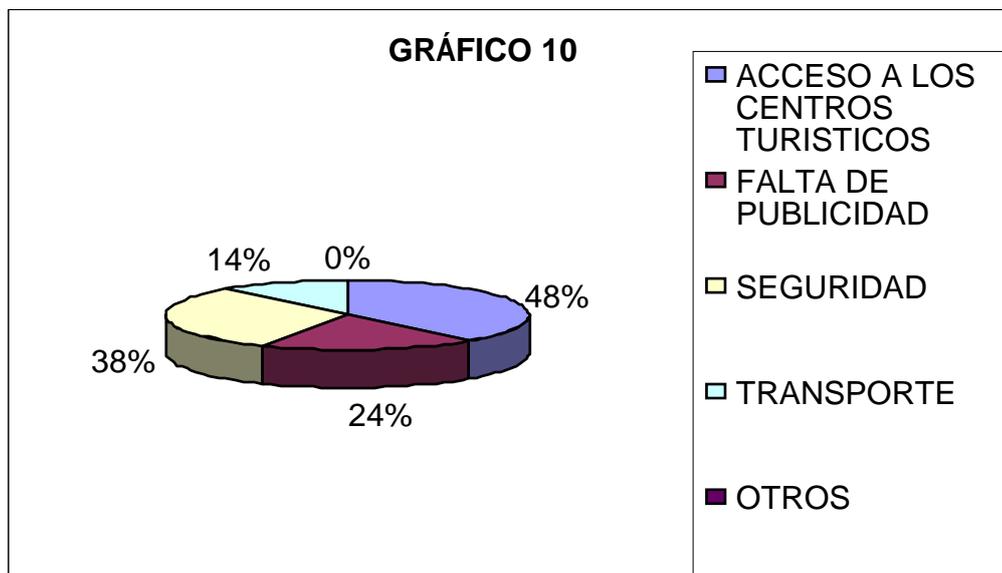
Formulación de la pregunta 10

10. ¿Cuáles son los principales problemas con los que se enfrenta el Municipio para el desarrollo turístico?

Objetivo de la pregunta

Identificar las principales dificultades que deben superar las autoridades municipales para impulsar el desarrollo turístico.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ACCESO A LOS CENTROS TURISTICOS	10	48%
FALTA DE PUBLICIDAD	5	24%
SEGURIDAD	8	38%
TRANSPORTE	3	14%
OTROS	0	0%



NOTA: la sumatoria de la frecuencia es mayor que el marco muestral, por tratarse de una pregunta de opción múltiple.

ANÁLISIS:

Según los datos obtenidos se sostiene que existe una diversidad de factores importantes por las cuales no se impulsa el desarrollo turístico como un factor formal, y el más importante son los accesos a los centros recreativos ya que la carretera está en mal estado.

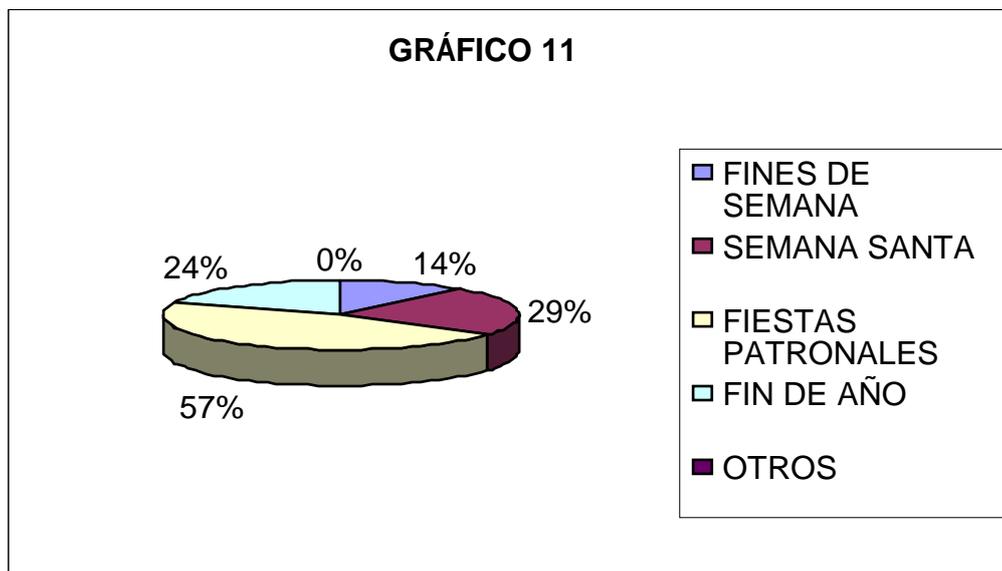
Formulación de la pregunta 11

11. ¿En qué época del año tienen mayor afluencia de visitantes?

Objetivo de la pregunta

Conocer en qué época del año recibe más visitantes en el Municipio.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FINES DE SEMANA	3	14%
SEMANA SANTA	6	29%
FIESTAS PATRONALES	12	57%
FIN DE AÑO	5	24%
OTROS	0	0%



NOTA: la sumatoria de la frecuencia es mayor que el marco muestral, por tratarse de una pregunta de opción múltiple.

ANÁLISIS:

Como se puede observar Nueva Concepción recibe la mayor afluencia de visitantes a fin de año y en sus fiestas patronales ya que la mayoría de los turistas son personas que residen en los Estados Unidos y vienen a pasar sus fiestas de fin año con sus familiares, pero falta estimular y proporcionar el turismo en la región del departamento.

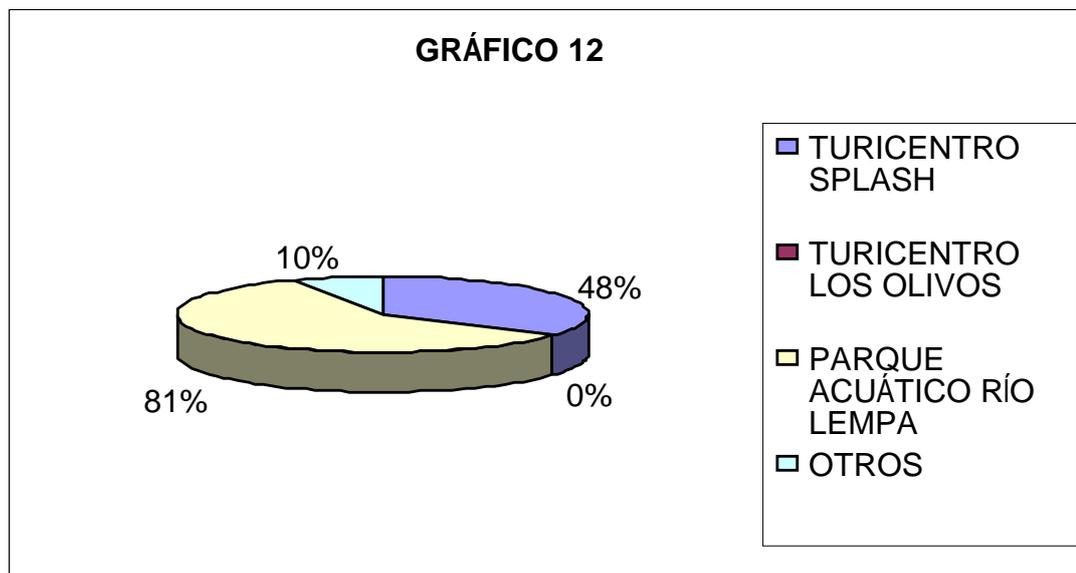
Formulación de la pregunta 12

12. ¿Conoce usted cuáles son los atractivos turísticos mas visitados de la zona?

Objetivo de la pregunta

Determinar cuáles son los lugares más visitados por los turistas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
TURICENTRO SPLASH	10	48%
TURICENTRO LOS OLIVOS	0	0%
PARQUE ACUATICO RIO LEMPA	17	81%
OTROS	2	10%



NOTA: la sumatoria de la frecuencia es mayor que el marco muestral, por tratarse de una pregunta de opción múltiple.

ANÁLISIS:

La mayoría de los pobladores (81%) del Municipio coinciden que el centro recreativo más visitado es el Parque Acuático Río Lempa ya que su mayor atractivo son los toboganes con los que cuentan las piscinas y el acceso que tiene al Río como su nombre lo indica.

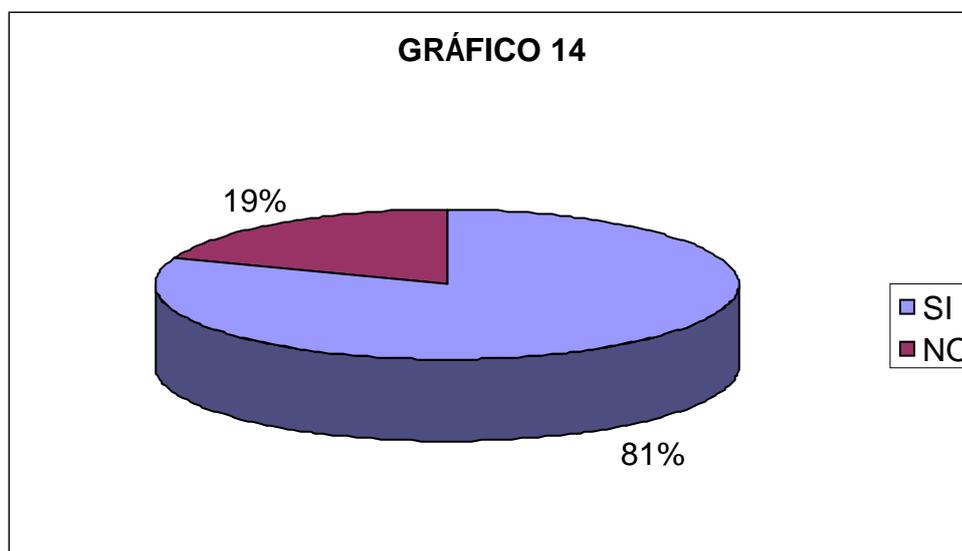
Formulación de la pregunta 13

13. ¿Sabe usted si los precios de los centros turísticos son accesible para los visitantes?

Objetivo de la pregunta

Conocer si los precios de acceso a los centros turísticos están al alcance de las personas interesadas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	17	81%
NO	4	19%
TOTAL	21	100%

**ANÁLISIS:**

El 81% de los pobladores están de acuerdo con los precios de acceso a los centros turísticos, tomando en cuenta el tipo de producto que perciben (facilidades, acceso, servicios, etc.) todo esto basado en la baja oferta de los centros turísticos disponibles en la zona y la escasa promoción que los mismos producen para incrementar la demanda.

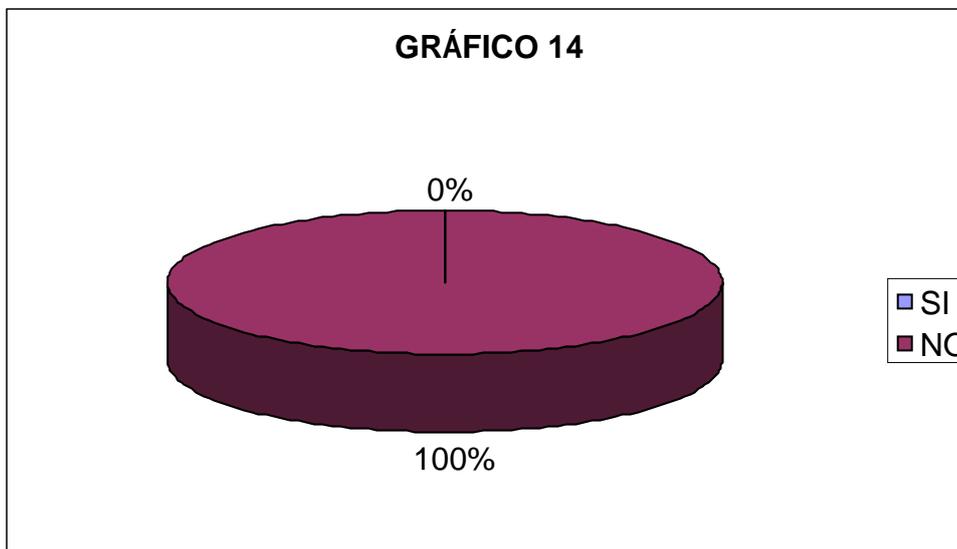
Formulación de la pregunta 14

14. ¿Conoce un plan definido dentro del Municipio que oriente las acciones de turismo en la zona?

Objetivo de la pregunta

Saber si existe un plan para conducir en forma sistemática las actividades de turismo.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0%
NO	21	100%
TOTAL	21	100%

**ANÁLISIS:**

Mediante la encuesta realizada, se pudo detectar que en el Municipio no existe conocimiento de intención alguna, ni proyecto de hacer algo por parte del gobierno central.

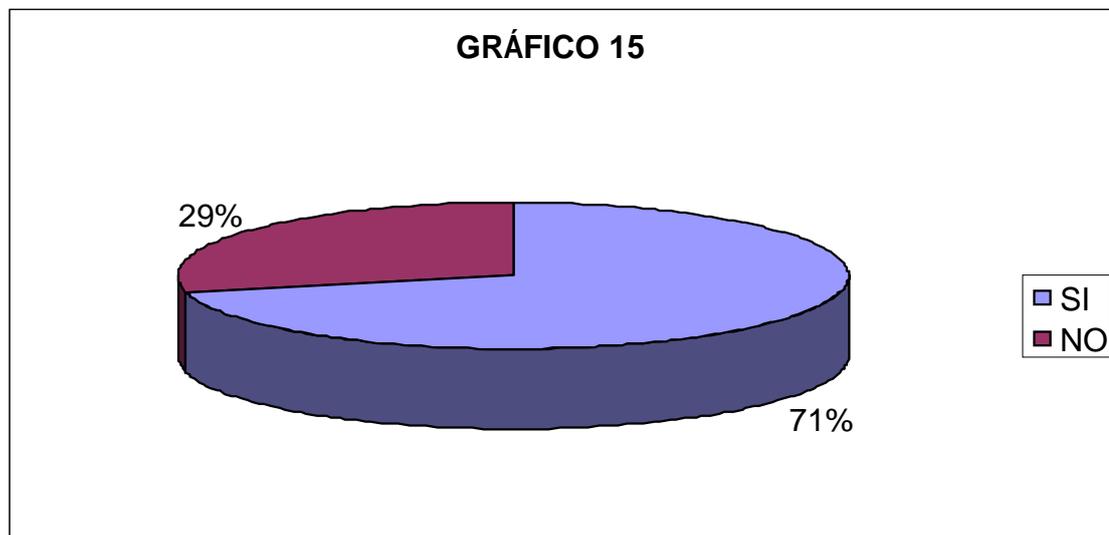
Formulación de la pregunta 15

15. ¿Sabe en que consiste Turismo Sostenible?

Objetivo de la pregunta

Determinar si tienen conocimiento del concepto de Turismo Sostenible.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	29%
NO	15	71%
TOTAL	21	100%

**ANÁLISIS:**

De acuerdo a la información obtenida se pudo determinar que concepto de Turismo sostenible no era conocido por las personas encuestadas, mientras que un porcentaje muy bajo asegura tener conocimiento de dicho concepto.

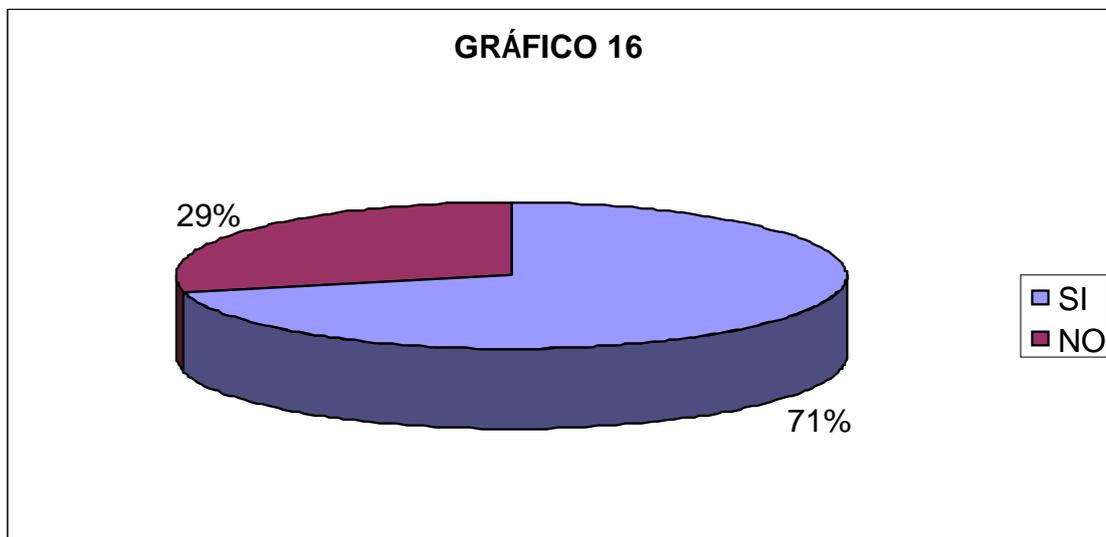
Formulación de la pregunta 16

16. ¿Estaría interesado en conocer el concepto de Turismo Sostenible?

Objetivo de la pregunta

Determinar si existe interés por los encuestados en conocer el turismo sostenible.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	15	71%
NO	6	29%
TOTAL	21	100%



ANÁLISIS:

Un 71% de los pobladores mostraron interés por conocer el concepto de Turismo sostenible, mientras que un 29% manifestó tener dominio de la definición de dicho concepto.

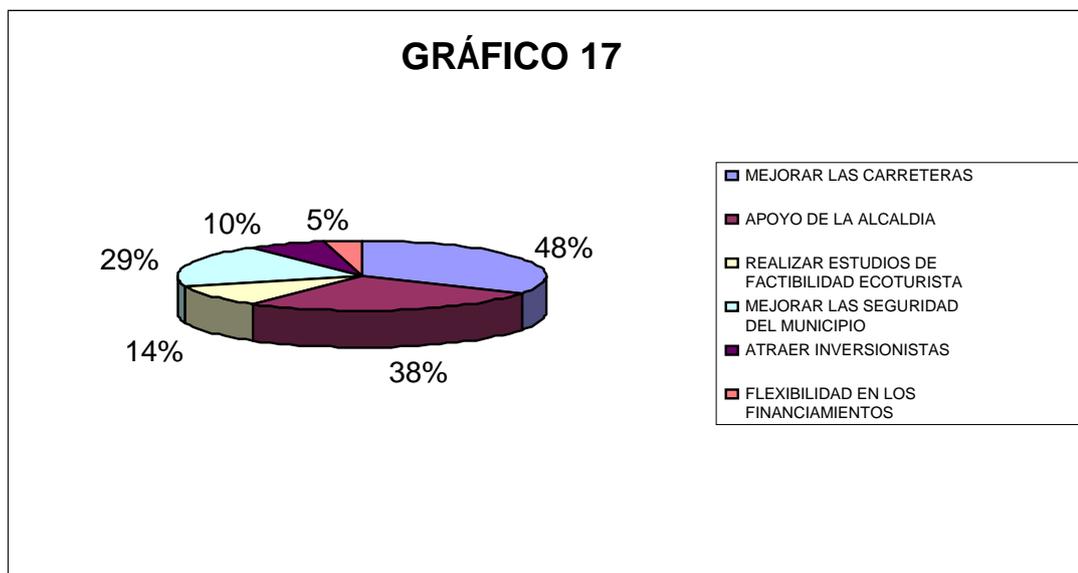
Formulación de la pregunta 17

17. ¿Qué sugerencias daría para mejorar el Turismo en el Municipio?

Objetivo de la pregunta

Conocer las recomendaciones u opiniones que dan las personas encuestadas.

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MEJORAR LAS CARRETERAS	10	48%
APOYO DE LA ALCALDIA	8	38%
REALIZAR ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD ECOTURISTA	3	14%
MEJORAR LAS SEGURIDAD DEL MUNICIPIO	6	29%
ATRAER INVERSIONISTAS	2	10%
FLEXIBILIDAD EN LOS FINANCIAMIENTOS	1	5%



NOTA: la sumatoria de la frecuencia es mayor que el marco muestral, por tratarse de una pregunta de opción múltiple.

ANÁLISIS:

Por tratarse de una pregunta abierta, la mayor frecuencia de los problemas mencionados están vinculados a la carencia de recursos económicos y a la falta de apoyo de instituciones que fomentan el turismo a nivel nacional, como lo podemos observar en el gráfico las principales sugerencias por los encuestados son la mejoras de las carreteras, las inseguridad y la falta de apoyo por parte del gobierno local.

10. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL DESARROLLO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE NUEVA CONCEPCIÓN.

El diagnóstico se realizó con el propósito de identificar la situación actual del Municipio con relación al turismo y demás áreas que involucran el mismo.

- Entrevista realizada al Alcalde Municipal y su Concejo, representante de la Casa de la Cultura y propietarios de Centros Turísticos.

- Diagnóstico realizado en el casco urbano del Municipio de Nueva Concepción con el propósito de conocer el patrimonio cultural, además de la prestación de servicios básicos, alojamiento y alimentación.
- Diagnóstico de la observación directa a los lugares turísticos, la observación se realizó con el objetivo de conocer las condiciones en acceso, servicios básicos entre otros factores.

El Alcalde y su Concejo en la entrevista que les fue dirigida, manifestaron que el Municipio cuenta con dos lugares potenciales para desarrollar turismo: Turicentro El Splash y el Parque Acuático Río Lempa, lo cual lo pudimos confirmar a la hora de pasar las encuestas, pues estas reflejan que son los centros turísticos mas visitados dentro de la región, (ver gráfico 12) y que a pesar de tener un gran potencial de atractivo turístico, no cuentan con políticas ni estrategias que les permita desarrollar el turismo como un producto conceptualizado a través de la promoción, precio y plaza.

En la entrevista efectuada al administrador del Parque Acuático Río Lempa y Los Olivos manifestaron que no se sentían preparados para hacer una mayor promoción a los turicentros, ya que pretendían hacer una mayor inversión en cuanto a infraestructura para poder suplir las expectativas de los visitantes, teniendo en cuenta que la instalaciones ya existentes proporcionan un buen esparcimiento. También manifestaron que una de las limitantes que no les permite mayor afluencia de visitantes es la carretera que esta en mal estado, pero consideran que el nuevo proyecto de construcción de la carretera les beneficiara de gran manera.

Cabe mencionar, que la principal fuente de representación económica son la Agricultura y el Comercio, es decir, son las actividades de mayor representación en cuanto al crecimiento económico del Municipio. (Ver gráfico pregunta 1)

Por otro lado una minoría considera que el Turismo podría llegar a ser uno de los principales rubros económicos de la zona, ya que la construcción de nuevas carreteras, como lo es la longitudinal, la que conducirá a Tacachico (La Libertad) les permitirá a otros sectores tener acceso al Municipio, situación que por el momento pone en desventaja a la región.

El Concejo Municipal dejó muy claro que la situación social actual es propicia para el desarrollo turístico, además agregaron que ellos estarían dispuestos a facilitar el proceso en cuanto a requerimientos de autorización para actividades turísticas, de tal manera que para ellos bastaría con una solicitud de permiso por parte de los interesados para la construcción de infraestructura turística que no degrade ni altere el entorno ambiental.

Por otra parte, el turismo no se ha desarrollado como un vector importante de desarrollo por falta de organización, visión, promoción turística, paquetes de viajes turísticos, publicidad en medios de comunicación, inclusive por la falta de claridad de las autoridades municipales, entre otros, aunque según dice el gobierno local, estarían dispuestos a apoyar el proceso de potencialización turística, aun cuando saben que no cuentan con el personal idóneo ni con promociones a los centros turísticos, ya que hasta la fecha no se apoyan de la tecnología para hacerlo. Según la población de la única manera que atraen a los turistas o anuncian sus actividades locales es a través de perifoneos o colocando carteles en sitios estratégicos del Municipio (ver gráfico pregunta 5).

Cabe mencionar que al entrevistar al ejecutivo de ventas de Radio La Raza nos mencionó que por ser una emisora recientemente establecida no le daba suficiente énfasis en la promoción del turismo, ya que no tenía patrocinadores por lo cual mencionó estar en diálogos con los dueños de los turicentros para hacer más promoción y así impulsar más el turismo interno.

En el municipio se encuentran diferentes instituciones educativas que permitirían acceder los elementos necesarios para lograr una población educada con base en principios elementales necesarios para sustentar el desarrollo turístico y crear las bases culturales para que la población contribuya al soporte de esta actividad económica.

Además, la zona cuenta con facilidades de acceso terrestre que evidentemente permiten el contacto de la población con una realidad contemporánea del país que en adición a los otros servicios de comunicación (Internet y telefonía) poseen una fortaleza fácilmente explotable.

El Municipio cuenta con tradiciones y costumbres como: Fiestas Patronales, Fiesta del Maíz, jaripeos que también forman parte de la oferta y del atractivo turístico de la zona.

Nueva Concepción es un Municipio que no cuenta con un comité turístico de acuerdo a lo expresado por el Señor Alcalde y la persona encargada de la Casa de la Cultura quien manifestó que el potencial turístico del municipio no es explotado por diferentes causas como: poca visión, falta de inversión, falta de asistencia técnica y promoción a los centros turísticos , y lo más importante que manifiestan los encuestados, es decir, el 100% de ellos, es que no existen convenios con instituciones u organizaciones que se enfoquen a potenciar el turismo en la zona. Sin embargo enfatizaron que la situación actual permite el desarrollo turístico, siempre y cuando a los pobladores se les eduque e incentive en focalizar el turismo como una alternativa generadora de ingresos.

Actualmente no cuentan con el apoyo del gobierno central ni local y un 71% de la población considera a la Alcaldía Municipal como el ente encargado en realizar todo tipo de gestión para desarrollar el turismo (ver gráfico pregunta 7), pues consideran que es quien debe disponer acciones con método y orden para llevar a cabo el impulse turístico; a pesar de ello la zona ha sido visitada por turistas nacionales e internacionales aunque con poca frecuencia (fin de año y fiestas patronales), dichos visitantes demandan turismo de cultura, tradición e historia, etc. dejando ingresos por el consumo en la alimentación y otros servicios, no así por la oferta de alojamiento a falta de hoteles.

Los habitantes aseguran que al darse cuenta de pequeños indicios de turismo en la zona estarían interesados en tomar conciencia de que éste desarrollo, no es más que una industria generadora de ingresos y estarían dispuestos a involucrarse en el proceso del desarrollo turístico y participar directamente en actividades como: Creación de parques, actividades acuáticas (pesca, canoismo, entre otros), creación de viveros municipales y comunales y en la educación turística, de manera que se explote y se desarrolle el turismo en forma sensata, perpetuándolo sin degradar los recursos naturales que Nueva Concepción posee, aun cuando no desvinculan que deben tomar ciertos elementos para que el progreso se lleve a cabo, como por ejemplo: el apoyo del gobierno local, nuevos inversionistas entre otros.

En cuanto al factor de identificar los principales problemas del Municipio no era de esperarse el alto índice delincriminal, el acceso a los centros turísticos como factor importante de desarrollo local, la falta de publicidad a sus riquezas turísticas más del 50% consideran que son situaciones que deben ser superadas por las autoridades locales.

Así mismo, la mayoría de las entidades económicas del municipio (agencias de viajes, restaurantes, alojamientos, locales comerciales, etc..) están dispuestos a involucrarse en ayudar al proceso de desarrollo turístico local de la zona, ya que están concientes del gran potencial natural con el que cuenta Nueva Concepción y que explotándolo de una manera sostenible y educando a los pobladores e involucrándolos directamente en este proceso, el beneficio sería mayor y por largo plazo hasta las generaciones venideras

11. DIAGNÓSTICO DE LA OBSERVACIÓN DIRECTA REALIZADA EN EL MUNICIPIO DE NUEVA CONCEPCIÓN.

11.1 GENERALIDADES

El Municipio de Nueva Concepción está ubicado a 67 kms. Al noroeste de San salvador y a 40 kms. Al noroeste de la Ciudad de Chalatenango, cabecera departamental y principal ciudad de la región. La ciudad de Nueva Concepción esta a una altura de 325 metros sobre el nivel del mar. En el perímetro del casco urbano se encuentran los barrios El Centro, El Calvario, El Carmen, San José y El Rosario.

La estructura político-administrativo de Nueva Concepción consta de diez cantones. En ellos se reconoce la existencia de al menos ochenta caseríos o asentamientos humanos. Distribuidos de la manera siguiente: Chilamate, Tres Caseríos, El Gavilán, El Zapote, Laguna Seca, Las Tablas, Potenciana, Potrero Sula, Santa Rita Cimarrón, Santa Rosa y Sunapa.

11.2 GOBIERNO LOCAL

El gobierno local lo ejerce un concejo municipal, integrado por un alcalde, un síndico y un número de regidores que se establece de acuerdo a la población del Municipio.

11.3 ASPECTOS FÍSICOS

✓ **HIDROGRAFÍA**

El Municipio de Nueva Concepción es regado por una serie de ríos y quebradas siendo el Río Lempa el más importante.²⁷

Los Ríos mas importantes son: Metayate, Jayuca, Moja Flores, Gualchayo, Tapetayo, Potenciana, Paterno, San Nicolás, El Salitre, El Trapichon, La Lira, Chilamates, El Zapote y El Aguacate.

La quebradas más importantes son: El Pital, El Tipio, Tierra Blanca, El Talpetate, El Maguey, La Esperanza, La Bruja, Zamora, Amatal, Honda, El Ojetal, El Valle y La Lira.

✓ **OROGRAFÍA**

Los rasgos orográficos más importantes del municipio son: al norte los cerros Redondo, Duraznillo, Rancho Quemado, El Aposento, Ocotillo, El Pulpito, La Peñona, Corral Falso, El Barillo, El Aguacate, Las Escaleras, El Pilon, Malacatepeque, Chino, El Volador, La Mina, El Hornito, La Lechuga, Sisimitepeque, El Pacayal, Peña del Zope, El Maguey, El Toecinte, Los Urquillas, El Tecolote, La Bolsa, El Camotal.

Al sur Las Visiones, Chicuma, Loma Alta, El Colorado, Pacho, La Gloria, Chiquiquilaya, El Mosquito, Santiago, Potrero Rico, Las Pepescas y Santa Elena.

Las lomas son: La Cuta, De Las Lechuzas y El Laureador.

✓ **CLIMA**

Nueva Concepción tiene un clima cálido y pertenece al tipo de tierra caliente. El monto pluvial anual oscila entre 1400 a 1800 mm. La Precipitación pluvial se mide en milímetros, que

³ Luna R., Gilda Milagro .Plan Estratégico Participativo de Desarrollo e Inversión, Municipio Nueva concepción (2003-2005).
La Actividad Económica Pag. 6-7

equivale al espesor de la lámina de agua que se formaría, a causa de la precipitación sobre una superficie plana e impermeable.

✓ **VEGETACIÓN**

La flora esta constituida por bosques húmedos subtropicales.

✓ **ROCAS**

Los tipos de rocas que existen en el municipio son: las andesitas, materiales piroclásticos, aluviones con intercalaciones de materiales piroclásticos, riolitas, andesititas y lavas basálticas.

✓ **TOPONIMIA**

El topónimo Chicunhuexo, en nahuatl significa Los Siete Sauces, según el historiador Don Jorge Larde y Larin, proviene de las voces: chicon: siete; Huetzot; sauce.

La evolución gráfica del topónimo ha sido la siguiente: chicunhuexo (1548), chiconguezal (1577), Chicanquezal (1683), San Pedro Chicunhuexar (1740); Chicunhuexon (1807, 1841), Nueva Concepción (1857).

✓ **SUELOS**

Dentro del municipio se pueden encontrar los tipos de suelos clasificados en Latosoles Arcillosos Rojisos y Litosoles. Alfisoles (fase pedregosa superficial, de ondalada a montañosa muy accidentada) y Suelos Aluviales y Grumosotes, Entisoles y Vertisoles.

✓ COSTUMBRES Y TRADICIONES

Celebran las fiestas patronales en honor a la Virgen de Candelaria, que se celebra del 25 de Enero al 2 de Febrero.

11.4 MEDIO ECONÓMICO

El municipio conserva a la fecha sus características sociales y productivas; siendo sus principales actividades económicas, de la población las relacionadas a la ganadería, agricultura y comercio, por tener una economía eminente de subsistencia al depender principalmente de las actividades realizadas durante la época lluviosa en el cual se concentra un 80% de la generación de ingresos familiares; la producción agrícola predominante en la zona son los granos básicos (maíz, maicillo, frijol y arroz). Además existe en forma dispersa crianza de ganado bovino, porcino y aves de corral.

La mayor cantidad de habitantes se dedican a la agricultura, ya que absorbe el 73.70% del total de la oferta laboral, la cual esta compuesta por el 85.24% de los hombres y 11.43% de las mujeres.

El sector de la industria emplea el 5.72% de la oferta de mano de obra, pero lo que caracteriza a este sector es que absorbe el 12.5% de la fuerza laboral femenina y solo el 4.47% de la masculina.

Es importante mencionar que la actividad económica de Nueva Concepción tiene las características de ser diversificada ya que existen diferentes tipos de empresas micro, pequeñas, medianas y grandes que se dedican al comercio, servicios e industria, dentro de esta gama de actividades adquiere mayor importancia la agricultura y el comercio.

AGRICULTURA: existen algunos sitios que pueden asegurar cultivos de ciclo corto es posible dedicar esta zona a uso agrícola reducido con fines de producción de granos básicos como maíz, maicillo y arroz.

Se utiliza el sistema de cultivos combinado aprovechando la época lluviosa, siembras de maíz, maicillo y frijol, este último en los meses finales de la época indicada, estos cultivos utilizan las áreas de laderas empinadas, lo que hace que los campesinos utilicen la agricultura migratoria.

GANADERÍA: las áreas planas y algunos con pendientes están siendo utilizadas para la ganadería vacuna, es conveniente que se mejoren los pastos especialmente en suelos con bastante humedad sobrante para la tecnificación de la crianza de ganado reduciendo el número de cabezas de acuerdo a la capacidad del sitio.

11.5 MEDIOS SOCIALES

En lo social, la zona urbana cuenta con la mayor parte de los servicios básicos, entre los cuales están:

- ✓ Salud: la red de servicios de salud esta conformada por 2 unidades de salud, 2 casas de salud, Cruz roja y un hospital.
- ✓ Agua potable: este servicio lo recibe el 87% de la población del casco urbano; mientras que en el área rural solo un 50.9% tiene acceso a este servicio.
- ✓ Educación: existen centros escolares que ofrecen educación parvularia hasta bachillerato (área urbana), también tienen acceso a la educación superior dentro del municipio.
- ✓ Energía eléctrica: dos de los cantones del Nueva Concepción Chilamate y Laguna Seca no cuentan con este servicio. El mayor porcentaje de accesibilidad lo presenta el casco Urbano.
- ✓ Telefonía: este servicio es considerado deficiente ya que muchas comunidades carecen de el.

- ✓ Red Vial: la vía de acceso para Nueva Concepción desde San Salvador hasta la llegada al Municipio se encuentra en buenas condiciones. Las vías de acceso del casco urbano a los cantones y caseríos son de suelo natural y en muy mal estado.
- ✓ Servicio de recolección de basura: en el casco urbano hay dos camiones de basura de aproximadamente 8 toneladas los encargados de la recolección de basura dos veces a la semana, depositándola a cielo abierto en las cercanías del Río Lempa.
- ✓ Transporte: desde San Salvador a Nueva Concepción la ruta 141 y dentro de la zona urbana unidades moto taxis.
- ✓ Restaurante: existen aproximadamente unos seis restaurantes pero solo el Pollo Campero ofrece el servicio idóneo para los visitantes.²⁸
- ✓ Hoteles: no existe este tipo de alojamiento.
- ✓ Entidades públicas: Unidades de salud, Correos, Casa de la Cultura, Centros escolares.
- ✓ Radio difusora: el municipio cuenta con una estación de radio llamada La Raza.
- ✓ Turicentros: Los turicentros más reconocidos son El Parque Acuático Río Lempa, Splash y Los Olivos.

En el área rural no todas las comunidades cuentan con servicios básicos, algunas cuentan con uno o dos servicios y otras no tienen nada.

12. DETERMINACIÓN DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES

12.1 Fortalezas

En el Municipio de Nueva Concepción se determinaron las siguientes fortalezas:

- ✓ Facilidades educativas

²⁸ Ídem. Pág. 71

- ✓ Fácil acceso al Municipio
- ✓ Disponibilidad de instalaciones hospitalarias
- ✓ Extensión de ríos entre ellos Lempa y Moja Flores.
- ✓ Servicio de recolección de basura.
- ✓ Cercanía con la capital.

12.2 Debilidades

Las debilidades encontradas son:

- ✓ Vías de acceso a los principales lugares turísticos en muy mal estado.
- ✓ No se tiene la seguridad necesaria en los lugares con potencial turístico.
- ✓ Falta de coordinación entre la municipalidad y la sociedad civil.
- ✓ Carencia de centros de información sobre los diferentes atractivos turísticos del Municipio, solamente la alcaldía brinda cierta información.
- ✓ La escasez de algunos servicios básicos, alojamiento, restaurantes, etc.
- ✓ Inexistencia de políticas municipales para mejorar los atractivos turísticos.
- ✓ No se le ha dado la importancia, ni la seriedad al tema turismo.
- ✓ Falta de preparación por parte de la población hacia los visitantes.
- ✓ No existe facilidades para poder financiar diferentes proyectos que beneficien el turismo en el Municipio.

12.3. DETERMINACIÓN DE AMENAZAS Y OPORTUNIDADES

12.3.1. Amenazas

Las amenazas para el Municipio son:

- ✓ Que otros municipios de la zona poseen un turismo más desarrollado y fuerte que Nueva Concepción.
- ✓ Degradación del medio ambiente.
- ✓ Existencia de prostitución y delincuencia.
- ✓ La extrema pobreza.

12.3.2. Oportunidades

- ✓ El municipio tiene todas las posibilidades de promover su turismo fuera de sus fronteras por medio de la nueva tecnología de comunicación existente.
- ✓ Construcción de infraestructura adecuada.
- ✓ Generación de empleos.
- ✓ Impulsar el desarrollo económico, social y cultural del Municipio.
- ✓ Generar o atraer nuevos inversionistas.
- ✓ Fortalecer la comunicación, coordinación y cohesión inter e intramunicipal, entre todos los sectores.
- ✓ Fomentar la participación ciudadana.
- ✓ Fomentar un desarrollo sostenible y sustentable.
- ✓ Establecer alianzas estratégicas entre el sector municipal, empresas privadas y organizaciones de la sociedad civil.

13. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

13.1. CONCLUSIONES

- ✓ Se determinó que en Nueva Concepción es necesario elaborar una serie de estrategias como propuesta para desarrollar e impulsar el turismo, que sirvan para mejorar muchos aspectos y áreas que el mismo involucra y que en el transcurso del diagnóstico se detectaron como posibles factores de entrapamiento para que el potencial turístico de la zona haya sido explotado de manera adecuada.
- ✓ Existe una deficiencia en cuanto a que no hay lugares informativos que puedan orientar e informar a los visitantes sobre los centros recreativos que el Municipio ofrece no hay un centro de información turística en la zona donde ofrezca promociones por medio de boletines, panfletos de la oferta turística del municipio, ya que solamente en la Alcaldía se recibe o se dispone de alguna información.
- ✓ El gobierno local así como otros grupos organizados, consideran que es posible desarrollar y coordinar el proceso debido a que un porcentaje pequeño de la población está interesado y dispuesto a participar en el desarrollo turístico, de forma directa realizando actividades que no degraden los patrimonios turísticos de la zona.
- ✓ Se concluye que en las investigaciones realizadas no existe un plan de desarrollo que permita vincular a la población con un proyecto que impulse el turismo como un factor de desarrollo económico-local.
- ✓ Finalmente se puede concluir que el Municipio de Nueva Concepción cuenta con recursos turísticos que no han sido explotados, debido a una gran cantidad de factores como lo son el poco interés del gobierno local, las limitaciones de algunos servicios básicos en las zonas rurales, entre ellos: el alojamiento, las carreteras y demás apoyos logísticos y organizacionales, es así que a pesar de ello se

considera que el Turismo podría ser una vía mas de desarrollo económico, social y cultural del Municipio, siempre y cuando se unan esfuerzos institucionales y comunales, y se definan perfiles alcanzables para Nueva Concepción.

13.2 RECOMENDACIONES

- ✓ De acuerdo al análisis realizado y a los diferentes factores que no han permitido que se desarrolle el turismo como sector formal y que contribuya al desarrollo económico, social y cultural se propone la implementación de un Plan Estratégico para Impulsar el Desarrollo Turístico Sostenible en el Municipio. El cual presentará los lineamientos necesarios para realizar una buena coordinación que ayude al desarrollo del turismo sostenible en el Municipio de Nueva Concepción.
- ✓ El Plan Turístico orientará el crecimiento económico sostenido para la región y, en particular, a generar oportunidades de vinculación productiva de la población residente en la zona, de tal manera que puedan satisfacer las necesidades básicas bajo criterios de conservación ecológica.
- ✓ Desarrollar campañas de promoción e información de los diferentes atractivos turísticos de la zona a nivel nacional e internacional.
- ✓ Se debe fomentar y concienciar a los pobladores en una cultura de preservación de los recursos naturales y promoción turística a través de programas de capacitación.
- ✓ Efectuar un estudio de factibilidad que permita potencializar el impacto económico en el Municipio de Nueva Concepción.

14. RESUMEN DESCRIPTIVO DE FORTALEZAS, DEBILIDADES, OPORTUNIDADES Y AMENAZAS (FODA)

ASPECTOS POSITIVOS	ASPECTOS NEGATIVOS	FACTORES POSITIVOS	FACTORES NEGATIVOS
INTERNO		EXTERNO	
FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Facilidades educativas ✓ Fácil acceso al Municipio ✓ Disponibilidad de instalaciones hospitalarias ✓ Existencia de ríos, entre ellos, Lempa y Moja Flores. ✓ Servicio de recolección de basura. ✓ Cercanía con la capital. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Vías de acceso a los centros turísticos en muy mal estado. ✓ Poca seguridad en los lugares turístico. ✓ Falta de coordinación entre la municipalidad y la sociedad civil. ✓ Carencia de centros de información de los atractivos turísticos. ✓ Escasez de algunos servicios básicos, alojamiento, restaurantes, etc. ✓ Inexistencia de políticas municipales para mejorar los atractivos turísticos. ✓ No se ha dado importancia, ni la seriedad al tema turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El municipio tiene posibilidades de promover su turismo ✓ Construcción de infraestructura adecuada. ✓ Generación de empleos. ✓ Impulsar el desarrollo económico, social y cultural del Municipio. ✓ Generar o atraer nuevos inversionistas ✓ Fortalecer la comunicación, coordinación entre todos los sectores. ✓ Fomentar la participación ciudadana. ✓ Fomentar un desarrollo sostenible y sustentable. ✓ Establecer alianzas entre el sector municipal, empresas privadas. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Que otros municipios de la zona poseen un turismo más desarrollado y fuerte que Nueva Concepción. ✓ Degradación del medio ambiente. ✓ Incremento de la prostitución y la delincuencia ✓ La extrema pobreza.

--	--	--	--

CAPÍTULO III

Propuesta para el diseño de un Plan Estratégico para impulsar el turismo sostenible en el Municipio de Nueva Concepción, Chalatenango.

A. Introducción

Este capítulo comprende la propuesta para el diseño de un Plan Estratégico para impulsar el turismo sostenible en el Municipio de Nueva Concepción en donde se desarrollará primeramente la formulación de una misión y visión así como también el establecimiento de objetivos y políticas que son la base para el diseño de dicha estrategia. Por lo cual se elaboraron estrategias basadas en la matriz FODA con la mezcla entre fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; además, contiene otros aspectos de suma importancia que servirán para fortalecer el turismo, logrando de esta manera la potencialización turística.

1. Formulación de estrategias

1.1 Estrategias ofensivas FO

- a) Desarrollar turísticamente las posibilidades que tiene el Municipio impulsando el progreso económico.

- b) Aprovechar que el Municipio cuenta con facilidades en el área educativa como hospitalaria, ya que pueden ser utilizadas mediante alianzas estratégicas entre el sector municipal y la empresa privada.
- c) La cercanía con la capital permite la atracción de nuevos inversionistas.

1.2. Estrategias defensivas FA

- a) Al contar con personal calificado en cada una de las áreas, se puede ser más competitivo frente a otros municipios de la zona.
- b) Incrementando y desarrollando el potencial turístico del municipio se aumentará la actividad económica, reduciendo la extrema pobreza a través de nuevas fuentes de trabajo.
- c) Utilizando los servicios de tratamiento y recolección de basura, minimiza la degradación del medio ambiente.

1.3. Estrategias adaptativas o de reorientación DO

- a) Mediante la construcción de una infraestructura vial adecuada, se fortalecerá, las facilidades de acceso a los centros turísticos.
- b) A través de la creación de oficinas de comunicación y coordinación se fortificarán los nexos entre los diferentes sectores (municipalidad y sociedad civil).

- c) Al contar con campañas de atracción de inversión en el sector turismo se podrán financiar diferentes proyectos y negociar alianzas estratégicas que conformen un vector de desarrollo económico.

1.4. Estrategias de supervivencia DA

- a) El desarrollo de sistemas de seguridad en la comunidad y en los lugares turísticos permitirán competitividad con otros municipios con turismo mas desarrollado.
- b) A través de la creación de centros de información de los atractivos turísticos se podrá afrontar la competencia de otros municipios.
- c) Mediante la capacitación y un cambio de actitud de la población con relación al sector turismo, se combatirá en grandes proporciones la pobreza extrema.

B. Objetivo de la propuesta

Proporcionar al Municipio los elementos básicos para el fortalecimiento del sector turismo, a través de un plan estratégico que les permita ser más competitivos en la zona.

C. Importancia

Al proponer un plan estratégico se pretende potencializar el turismo, lo cual contribuirá al desarrollo local y a la vez permitirá el crecimiento de la comunidad, teniendo como herramienta la propuesta para su respectiva aplicación.

D. Desarrollo de la estrategia mercadológica

1. Formulación de la misión

Contribuir a la mejora del nivel de vida de los habitantes del Municipio de Nueva Concepción, favoreciendo el desarrollo de un turismo sostenible, basado en el sano intercambio intercultural, el respeto del individuo; su cultura y la naturaleza; a través de un portal turístico cultural e histórico que facilite la organización del viaje del turista a lugares únicos de la región; brindando información, y todos los servicios necesarios para una agradable estadía del turista en nuestro municipio.

2. Formulación de la visión

Convertir al Municipio de Nueva Concepción en un destino turístico competitivo y sostenible; tanto a nivel nacional e internacional, Ofreciendo diferentes productos y servicios turísticos con altos estándares de calidad para que logren el desarrollo económico y social de las

comunidades involucrados y del entorno en dicho desarrollo, sin olvidar preservar nuestra identidad cultural, histórica y los recursos naturales.

3. Formulación de políticas

- Promover el desarrollo turístico para mejorar los niveles de vida de la población.
 - Establecer estudios de mercado para identificar los nichos de interés y que su análisis sirva para la promoción de la oferta existente de acuerdo con su demanda.
 - Buscar la mejor alternativa para promocionar la parte turística del municipio y así obtener mayor afluencia de turistas nacionales e internacionales.
-
- Crear una pagina Web para darse a conocer a nivel nacional e internacional.
 - Considerar los gustos y preferencias de los turistas, con el fin de mejorar la calidad de los servicios y así cumplir con las exigencias de los turistas.
 - Estimular a los turistas que visitan el municipio para que consuman productos y servicios locales.
 - Diseñar una imagen turística para el municipio, que esté al nivel de otros lugares turístico del país, y así lograr un mayor nivel de competitividad.
 - Disponer de guías especializados para garantizar una oferta turística de calidad a los visitantes turistas.
 - El Gobierno Local, las autoridades competentes y los habitantes deberán acometer acciones orientadas a la planificación integrada, como contribución al desarrollo sostenible.
 - Capacitar a los guías locales, así como a la comunidad general en cuanto al mantenimiento y conservación responsable de los recursos naturales del Municipio.
 - Promover el respeto, la conservación y la protección a los patrimonios naturales y culturales del Municipio.

- Generar un bajo impacto sobre los recursos naturales con los que cuenta el Municipio.
 - Que las zonas vulnerables desde el punto de vista ambiental y cultural, tanto las actuales como las futuras, deberán recibir ayuda financiera y cooperación técnica al desarrollo turístico sostenible.
 - Disponer de elementos de señalización turística que estén de acuerdo al entorno natural del Municipio.
 - Propiciar el mantenimiento y actualización de inventarios de los recursos naturales y culturales, y tenerlos a disposición de los interesados para fines promocionales e informativos.
-
- Desarrollar una infraestructura apropiada, destinada a las actividades turísticas, en los lugares en que se genere menor impacto, conforme a la zonificación previamente establecida.
 - Garantizar que la infraestructura a establecer para desarrollar el turismo, cause el mínimo impacto en las áreas naturales protegidas.
 - En las instalaciones de infraestructura turística, como las hoteleras, las recreativas, las comerciales y las de apoyo, las construcciones no deben dominar el paisaje ni el entorno donde se ubican, como por el ejemplo, restricción en la altura, que no debe rebasar la cota superior de la copa de los árboles en cada sitio.

4. MERCADO.

4.1. DEFINICIÓN DE MERCADO.

El mercado objetivo para la oferta turística del Municipio de Nueva Concepción se ha segmentado por edades y nivel de ingreso.

Años:

10 - 50 años

50 - 60 años

Nivel de ingreso:

Nivel Alto

Nivel Medio

Nivel Bajo

5. MERCADO META.

5.1 MERCADO META PRIMARIO

Está compuesto por la serie de turistas que poseen el interés por el turismo. En este caso es un servicio de turismo, el cual será brindado por los habitantes y empresas que decidan invertir en infraestructura de alojamiento y alimentación y demás actividades turísticas.

Se debe tomar en cuenta que el mercado meta será el que representará la mayor demanda para dicho servicio y por ende la mayor fuente de ingresos para la zona por parte de este sector. Para el caso se ha considerado que el mercado meta primario estará compuesto por aquellos turistas de clase media típica y media alta que residen en El Salvador y a nivel internacional. Además, el servicio será enfocado a turistas de todas las edades, comprendidas en la definición antes mencionada.

Este plan será enfocado con mayor énfasis a todos aquellos turistas que buscan estar en contacto con la naturaleza, ya sea para practicar algún deporte extremo o para relajarse en la quietud que ofrece el medio ambiente natural de Nueva Concepción.

5.2 MERCADO META SECUNDARIO.

Está compuesto por las personas que tienen interés en el turismo en general y poseen el ingreso económico suficiente para adquirir el servicio en oferta, pero no pueden acceder a éste de manera inmediata. Este tipo de mercado no debe ser menospreciado, ya que en un futuro podría representar mayores niveles de demanda. Por eso es bastante conveniente designar como mercado meta secundario a la clase media típica y media alta de El Salvador e internacional que en su preferencia turística, no consideran como prioritario un lugar que ofrezca turismo ecológico, para relajarse así como para disfrutar y compartir en familia de las temporadas vacacionales.

6. Mezcla estratégica de comercialización

6.1. Producto

La naturaleza del producto que ofrece es el desarrollo turístico del municipio de Nueva Concepción basado en el equilibrio entre la naturaleza y el hombre.

a) Objetivos del producto.

Lograr el incremento del desarrollo local del municipio a través del turismo.

b) Estrategias del producto

- ✓ Elaborar logotipo para identificar los centros turísticos que estén bajo el modelo del turismo sostenible.
- ✓ Crear una marca (nuevo concepto) para diferenciar el producto en el mercado.
- ✓ Ofrecer productos y servicios de buena calidad con el fin de satisfacer los gustos y preferencias de los consumidores.
- ✓ Abastecerse de producto y servicios para la temporada de mayor demanda.

c) Características requeridas para el producto

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

- Limpieza
- Facilidades de acceso
- Seguridad
- Variedad
- Utilidad
- Racional (costo-beneficio)
- Motivacional

6.2. Precio

El precio es de suma importancia, debido a esto es necesario que se lleve un estricto control de las variables que se tomen en cuenta para determinar la fijación de éste.

a) Objetivos del precio:

Determinar un precio competitivo en la zona, para lograr la aceptación de los turistas.

b) Estrategias del precio:

- ✓ Efectuar una integración de costos hacia adelante (insumos, operativos, etc.) adicionando un margen de utilidad que permita rentar con lógica la oferta servicio-producto de acuerdo a la demanda.

- ✓ Mantenerse informado sobre los precios de servicios-productos homólogos con el propósito de ajustarlos de tal manera que permita la recuperación de los costos y la obtención de utilidades.

6.3 Distribución

Dentro de la mezcla del marketing la función de la distribución es hacer llegar el producto a su mercado meta.

Un canal de distribución está integrado por personas y compañías que intervienen en la transferencia de la propiedad de un producto a medida que este pasa del fabricante al consumidor final o al usuario industrial.

a) Objetivos de la distribución:

Hacer llegar de una manera eficiente y eficaz el producto al consumidor.

b) Estrategias de la distribución:

- ✓ Escoger un distribuidor mayorista que coordine y comercialice toda la oferta existente.

- ✓ Implementar una estrategia de precio en cascada en donde el productor fija un precio el cual está compuesto por sus costos, su precio de venta y el precio final que pagará el consumidor.
- ✓ Aplicar una estrategia de segmentación (distribución por clase) en donde se desarrollen productos turísticos de acuerdo a la capacidad económica de cada segmento de cliente.

6.4. Comunicación integral

La comunicación integral es transmitir, a través, de medios publicitarios mensajes claros que den a conocer el producto al consumidor.

a) Objetivo de la comunicación integral:

Integrar y coordinar los múltiples canales de comunicación para presentar un mensaje claro, congruente y convincente de la organización y sus productos y de esta manera influir en la toma de decisiones de compra de los turistas potenciales a fin de aumentar la participación en el mercado, mediante la penetración, posicionamiento y cobertura del turismo en la zona.

b) Estrategias de la comunicación integral:

- ✓ Solicitar a medios de comunicación reportajes turístico-informativos acerca del lugar y de los productos que se ofrecen para darse a conocer a nivel nacional.
- ✓ Anunciarse a través de la radio difusora de la zona.
- ✓ Informar y persuadir a los consumidores por medio de boletines, anuncios y pancartas en lugares estratégicos.

7. ESTRATEGIAS A UTILIZARSE EN EL PLAN ESTRATÉGICO

7.1 ÁREA ADMINISTRATIVA.

7.1.1 ESTRATEGIAS DE ORGANIZACIÓN.

- Crear una oficina de información turística en el Municipio y en las rutas turísticas.
- Promover la organización de seminarios y otras actividades encaminadas a difundir información turística en los habitantes del Municipio.

7.2 ÁREA DE MERCADEO

7.2.1 ESTRATEGIAS DE PRECIO.

- Es recomendable desarrollar una estrategia de similitud de precios acorde a la región.

- Establecer estrategias de precios relacionadas con las estrategias de estacionalidad.
- Establecer un precio que pueda hacer frente a la competencia.
- Establecer un precio de penetración en el mercado.
- Ofrecer servicios acordes a la calidad que se brinda y cuidando no sobre preciar los servicios proporcionados.

7.2.2 ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN.

- Incentivar la elaboración de material promocional de las áreas eco turísticas, incluyendo en las mismas, las regulaciones existentes de visita.
- Utilizar diferentes medios de publicidad para atraer tanto al turista final como a los intermediarios que lo harán llegar.
- Divulgar información y promoción de ofertas turísticas, incluyendo las normas o regulaciones existentes para cada caso.
- Establecer diferentes tipos de promoción en la venta de servicio, con el fin de mantenerse por mucho más tiempo en el mercado turístico; además debe mantenerse una constante innovación en el servicio.
- Hacer mayor promoción de sus productos existentes de manera que sean reconocidos y adquiridos con más frecuencia.
- Promover la cultura artesanal de las zonas, como atractivo turístico y como una alternativa de sostenibilidad de las comunidades.
- Enviar información a las oficinas de turismo a nivel nacional e internacional.

7.2.3 ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO.

- Crear una imagen atractiva al Municipio de Nueva Concepción de manera que el turista identifique su turismo con los de la competencia, y lo perciba a éste como un destino turístico.
- Posicionarse en la mente de los consumidores a través de la creación de planes publicitarios donde se dé a conocer lo que ofrece el Municipio en la Industria Turística.

7.2.4 ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN O COBERTURA.

- Establecer precio inicial relativamente bajo para el servicio turístico, que se pretende introducir en el mercado, con el propósito de atraer demanda.
- Realizar paquetes de descuentos para grupos mayores de 20 personas.

7.2.5 ESTRATEGIA DE ESTACIONALIDAD.

- El turismo en el Municipio se desarrollará en todas aquellas zonas que poseen pozas, montañas y demás parajes naturales; es por esto que se promoverá con mayor énfasis el turismo en la estación seca, ya que es en esta época que el acceso a estas zonas es menos peligroso y la práctica de las actividades eco turísticas se pueden realizar a plenitud; por lo tanto sería conveniente que el turista sea atraído durante esta época.

7.3 ÁREA ECONÓMICA.

7.3.1 ESTRATEGIA DE LA UNIDAD DE NEGOCIO.

- Diseñar itinerarios turísticos que contengan paquetes diversificados para los diferentes tipos de turistas.
- Realizar una cartera de clientes y de acuerdo a la clasificación ofrecerles paquetes turísticos a cada uno de ellos.

7.3.2 ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO.

- Fortalecer la capacitación del recurso humano con visión eco turística.
- Creación de mercados de artesanías.
- Promover la instalación de cafeterías, restaurantes con platillos típicos del Municipio y del país.
- Realizar un grupo de diferentes actividades turísticas con alto grado de innovación para hacer a Nueva Concepción más atractivo y agradable.
- Ampliar la gama de productos turísticos para los diferentes segmentos de mercado.

- Ampliar la oferta turística con respecto a la competencia.

7.4 ÁREA DE INVERSIÓN.

7.4.1 ESTRATEGIAS DE INFRAESTRUCTURA.

- Habilitar centros de recreación y atracción turística en el Municipio.
- Desarrollar infraestructura apropiada, destinada a las actividades turísticas.

7.4.2 ESTRATEGIAS DE SERVICIOS BÁSICOS.

- Gestionar proyectos de mejoramiento de los servicios básicos en los lugares donde se realizarán las actividades turísticas.

7.4.3 ESTRATEGIAS DE VÍAS DE ACCESO Y COMUNICACIÓN.

- Incentivar a las autoridades gubernamentales para la instalación de más teléfonos de las empresas de telefonía.
- Ampliación y mantenimiento de las carreteras para que estén accesibles en todo tiempo.
- Mejorar las vías de acceso especialmente los tramos que conducen a los lugares turísticos.
- Buscar los medios posibles para la construcción y mejoramiento de vías de comunicación en los centros de interés turísticos de la zona.

ESTRATEGIAS DE FINANCIAMIENTO.

- Desarrollar mecanismos financieros que permitan la implementación de proyectos auto sostenibles.
- Desarrollar mecanismos para que los pequeños artesanos se beneficien con créditos.

- Buscar apoyo financiero nacional e internacional para el mejoramiento de las vías de comunicación.

7.5 ÁREA DE CONTROL DE CALIDAD.

7.5.1 ESTRATEGIAS DE CONTROL DE CALIDAD.

- Promover la certificación de las empresas que ofrecen servicios turísticos acorde a estándares internacionales para proyectar una imagen de calidad.
- Contar con herramientas metodológicas que permitan mantener un control de calidad de los servicios y equipamientos turísticos.
- Monitorear en forma permanente todos los servicios e infraestructura para evaluar sus impactos en el área natural con el propósito de establecer medidas correctivas.
- Supervisar constantemente al personal de Guías Turísticas locales con el fin de asegurar la calidad de los servicios que se ofrecerán a los visitantes.

7.5.2 ESTRATEGIAS DE ATENCIÓN AL CLIENTE.

- Para brindar un servicio de calidad se deberá invertir en capacitaciones de atención al cliente, para aquellos que estén en contacto directo con los turistas.
- Se deberá contar con infraestructura básica (servicios sanitarios; alimentación, senderos, miraderos, áreas para acampar, observaciones, etc.)
- Habilitar centro de interés turístico, implementando condiciones necesarias para la atracción y comodidad de los turistas.
- Crear las condiciones necesarias para la recepción adecuada de los turistas nacionales y extranjeros entre los habitantes de la zona.

7.6 ÁREA SOCIAL

7.6.1 ESTRATEGIAS DE CONCERTACIÓN:

- Apoyar directamente a las instituciones y organizaciones sociales, culturales y religiosas, que contribuyan al desarrollo del turismo en la zona.
- Involucrar a autoridades locales en el desarrollo turístico, para la promoción y ejecución de proyectos en los centros de interés.

7.6.2 ESTRATEGIAS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA.

- Propiciar el establecimiento de hospedajes en casas particulares de personas interesadas en desarrollar el turismo,
- Facilitar la integración de las comunidades aledañas a las áreas naturales protegidas en las etapas del proceso de elaboración y ejecución de los planes de manejo y que se concienticen para su preservación:

7.6.3 ESTRATEGIAS DE NORMATIVAS LEGALES.

- Velar porque se cumpla el reglamento referente a la prevención de la erosión de los valores estéticos y la profanación de los lugares sagrados.
- Regular y controlar el turismo en áreas ecológicas y culturalmente sensibles.

7.6.4 ESTRATEGIAS DE CAPACITACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA.

- Crear programas de capacitación para los guías turísticos, para los propietarios de alojamientos, etc.
- Desarrollar consultas a entidades del Estado (Ministerio de Turismo), organismos particulares e interesados en la toma de decisiones relacionados con el turismo (CORSATUR).
- Desarrollar programas de capacitación empresarial visualizando el aprovechamiento de las oportunidades de negocios relacionadas al turismo.

7.7 ÁREA DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL

7.7.1 ESTRATEGIAS DE ALIANZAS PARTICULARES.

- Buscar establecer Alianzas Particulares con las diferentes empresas que son eslabones nacionales de la cadena del proceso de turismo.
- Establecer convenios de cooperación técnico-financiera con organismos nacionales e internacionales.
- Promover y fortalecer convenios de cooperación con centros u organizaciones internacionales de investigación, de cooperación técnico-financiero y de promoción.

7.8 ÁREA DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL.

7.8.1 ESTRATEGIAS DE SEÑALIZACIÓN DE LUGARES.

- Disponer de elementos de señalización que estén acordes al entorno natural.
- Establecer senderos interpretativos, con el fin de proporcionar información de los lugares ecológicos.

7.8.2 ESTRATEGIAS DE PREVENCIÓN.

- Utilizar sistemas de prevención y control de los recursos naturales de Nueva Concepción.
- Armonizar con el medio natural, la infraestructura que se construya.

7.8.3 ESTRATEGIAS DE EDUCACIÓN AMBIENTAL.

- Contar con un plan de manejo que garantice la sostenibilidad del ecosistema, incluyendo zonificación, programas de turismo y capacidad de carga turística.
- Promover la educación ambiental.

MATRIZ DE IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS					
AREA ESTRATEGICA	TIPO DE ESTRATEGIA	EMPRESA O INSTITUCION	PLAN DE ACCION	PRIORIDAD	RECURSOS
AREA ADMINISTRATIVA	ESTRATEGIAS DE ORGANIZACION	Municipalidad de Nueva Concepción	Conformar una red de kioscos de información turística que estarán accesibles a todo público tanto en el casco urbano como en las rutas de acceso a los diferentes centros turísticos.	Intermedia	Presupuesto de construcción (Materiales y Mano de Obra) Construcción de los Kioscos Recurso Humano disponible capacitado. Folletería impresa de información. (Mapas, Brochures, boletines, listas de precios)
		Municipalidad de Nueva Concepción y Casa de la Cultura.	Calendarizar y desarrollar en las diferentes comunidades del municipio seminarios informativos sobre los beneficios del turismo sostenible.	Alta	Estructuración de Seminarios, metodología, material didáctico de soporte, presupuesto, personal capacitado para impartir los seminarios, las invitaciones y los póster promocionales,

MATRIZ DE IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS						
AREA ESTRATEGICA	TIPO DE ESTRATEGIA	EMPRESA O INSTITUCION	PLAN DE ACCION	PRIORIDAD	RECURSOS	
AREA ECONOMICA	ESTRATEGIA DE UNIDAD DE NEGOCIOS	Municipalidad de Nueva Concepción y Casa de la Cultura.	Diseño e impresión de itinerarios turísticos que tenga horario de apertura de centros turísticos, horarios de transporte, etc.	Intermedia	Presupuesto, impresión de folletería, recolección de información de los centros turísticos.	
		Comité Municipal de turismo.	Definir el mercado meta. Creación de una base de datos. Análisis de los componentes. Ubicación del mercado meta y Estructurar listado de clientes	Alta	Presupuesto, bases de datos generales, personal idóneo, equipo de oficina	
	ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO	Municipalidad de Nueva Concepción y Casa de la Cultura y población general	Crear dentro del municipio mercados de artesanía, estimular dentro del municipio talleres de artesanía.	Intermedia	Presupuesto, locales comerciales material impreso de promoción, capacitadores	
		MITUR, Municipalidad e Inversionistas	Crear una campaña promocional para atraer inversionistas que estén dispuestos a establecer cafeterías y restaurantes de alimentación de platillos típicos.	Intermedia	Presupuesto, material impreso, facilidades de parte la municipalidad a los inversionistas, infraestructuras adecuadas.	
			MITUR, Municipalidad y población en general	Hacer un análisis de los diferentes componentes potenciales de la oferta turística, segmentarlos aleatoriamente y proponerlos al consumidor como alternativa viables para el distrito del turista.	Alta	Personal especializado, presupuesto investigación.

MATRIZ DE IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS					
ÁREA ESTRATÉGICA	TIPO DE ESTRATEGIA	EMPRESA O INSTITUCIÓN	PLANE DE ACCIÓN	PRIORIDAD	RECURSOS
ÁREA DE INVERSIÓN	ESTRATEGIA DE INFRAESTRUCTURA	Propietarios de centros turísticos y Municipalidad	Ubicar los diferentes centros de entretenimiento que están fuera de funcionamiento y habilitarlos desde el punto de vista de las normativas municipales. En el caso de la empresa privada recondicionarlo para su debido funcionamiento.	Media	Patentes y permisos de funcionamiento. Presupuestos
		Propietarios de centros turísticos y Municipalidad	Ubicar las posibles necesidades de infraestructura que tiene el Municipio y el mismo actuando como un ente facilitador en concordancia con la empresa privada permitirían la construcción de la infraestructura deseada para el desarrollo del turismo.	Alta	Personal capacitado, presupuesto
		Municipalidad y MOP (FOVIAL)	Construcción y mejoramiento de las vías para facilitar el acceso a los puntos de interés turístico.	Alta	Presupuesto, coordinación interinstitucional, maquinaria y personal capacitado.
	ESTRATEGIA DE SERVICIO BASICO	Gobierno Central y Municipalidad	Hacer inventario de los servicios básicos pasarlo por un proceso de calidad y mejorar cuantitativa y cualitativamente dichos servicios.	Alta	Personal capacitado, presupuesto programa de mejoramiento continuo (Método Kaisen).
	ESTRATEGIA DE FINANCIAMIENTO	MITUR, Sistema Bancario Nacional	Crear fuentes de financiamiento del desarrollo de Turismo Sostenible con bajos intereses y a largo plazo.	Alta	Planes de inversión, recursos monetarios, decisión política, adecuación de sistemas existentes.

MATRIZ DE IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS					
AREA ESTRATEGICA	TIPO DE ESTRATEGIA	EMPRESA O INSTITUCION	PLAN DE ACCION	PRIORIDAD	RECURSOS
ÁREA DE CONTROL DE LA CALIDAD	ESTRATEGIA DE CONTROL DE LA CALIDAD	CONACYT (Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología).	Someter a las empresas de servicios turísticos a los procesos y normativas ISO	Media	Presupuesto, personal capacitado y normativas.
		Municipalidad y Propietarios de centros turísticos	Aplicar permanentemente controles sobre las empresas de rubro turístico.	Media	Normas ISO, personal capacitado, presupuesto.
		Municipalidad y Ministerio del Medio Ambiente	Emplear estudios de impacto ambiental sobre los recursos naturales explotados en el desarrollo turístico.	Alta	Presupuesto, personal técnico científico, equipamiento adecuado.
	ESTRATEGIA DE ATENCION AL CLIENTE	Municipalidad, Casa de la Cultura y Empresa Privada	Capacitar a través de seminarios y cursos a aquel personal que este en contacto con los turistas	Media	Presupuesto, Material y Equipo Didáctico y Personal Capacitado.
		Municipalidad, Casa de la Cultura	Mediante convocatoria las fuerzas vivas de la comunidad deberán organizarse en un comité que brinde soporte a los proyectos de turismo.	Alta	Presupuesto, Infraestructura, manuales de procesos y procedimientos, equipo de oficina, personal idóneo

MATRIZ DE IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS					
ÁREA ESTRATEGICA	TIPO DE ESTRATEGIA	EMPRESA O INSTITUCIÓN	PLAN DE ACCIÓN	PRIORIDAD	RECURSOS
ÁREA SOCIAL	ESTRATEGIA DE CONCERTACION	Municipalidad y Asociaciones de la Comunidad	Censar las diferentes asociaciones comunales que contribuyen en el desarrollo al turismo en la zona, verificar sus necesidades y proponer un plan de soporte institucional.	Media	Presupuesto, personal calificado, plan de apoyo institucional.
	ESTRATEGIA DE NORMATIVAS LEGALES	PNC y Autoridades Judiciales	Identificar los valores estéticos y sagrados, determinar su estado y aplicar medidas preventivas mediante los reglamentos existentes.	Media	Ley normativa, personal calificado y presupuesto.
		PNC, Autoridades Judiciales, Municipalidad y MITUR.	Desarrollar y aplicar un manual de procedimientos para la utilización de zonas ecológicas y culturales.	Media	Plan de uso y explotación de los recursos, presupuestos.

MATRIZ DE IMPLEMENTACION DE ESTRATEGIAS					
AREA ESTRATEGICA	TIPO DE ESTRATEGIA	EMPRESA O INSTITUCION	PLAN DE ACCION	PRIORIDAD	RECURSOS
AREA DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL	ESTRATEGIA DE ALIANZAS INSTITUCIONALES	Municipalidad	Creación de canales de contacto con las diferentes instituciones tanto publicas como privadas a nivel nacional e internacional que puedan influir en el desarrollo del turismo.	Alta	Presupuesto, listado de instituciones y organizaciones. Equipo de comunicaciones.
	ESTRATEGIA DE SENALIZACION DE LUGARES	Municipalidad y MOP	Crear elementos de señalización con materiales naturales acordes con el entorno.	Alta	Presupuesto, materiales, nomenclatura, iconos, detalles geográficos.
AREA DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL	ESTRATEGIA DE PREVENCIÓN	Municipalidad y Propietarios de centros turísticos	Todo proyecto de construcción en los polos de desarrollo turístico deberán pasar por un filtro el cual establecerá los materiales y los diseños de las infraestructuras.	Alta	Presupuesto, reglamento de construcción y uso del capital turístico y personal especializado.

GUÍA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

El guía de información turística debe recibir y atender a los turistas y viajeros que visiten los centros de Información (Kioscos), cortés y atentamente, brindándoles toda aquella información que requieran y recomendándoles diferentes destinos y paquetes turísticos, servicios, distancias, precios y forma de transporte a los sitios turísticos del municipio.

Además deberá proveer a los turistas de material promocional impreso (Mapas, panfletos, listas de precios etc.), mantener una adecuada cantidad de estos materiales, solicitarlos oportunamente y en orden, llenar correctamente los reportes que se asignen para un debido control.

Deberá tener conocimientos sobre historia, geografía y aspectos relevantes del Municipio.

Debe de cumplir fielmente con los horarios que se le asignen, mantener buenos hábitos de higiene personal y limpieza en el local, hacer uso adecuado de las instalaciones y recursos que se provean.

PERFIL DEL GUÍA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

FACTORES DE SERVICIO	BÁSICO	INTERMEDIO	AVANZADO
Razonamiento Abstracto		X	
Aptitud Verbal			X
Disposición para la Relación Social			X
Empatía			X
Capacidad de Comunicación			X
Autocontrol		X	
FACTORES DE PERSONALIDAD			
Seriedad		X	
Honradez			X
Puntualidad			X
Presentación personal		X	
FACTORES ACADÉMICOS			
Estudios		X	
Idioma extranjero	x		

GUÍA ESPECIALIZADO EN TURISMO

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO

El guía de especializado en turismo debe recibir, atender y acompañar a los turistas y viajeros que visiten los centros turísticos del Municipio, cortes y atentamente, brindándoles toda aquella información sobre la temática del tour y aspectos de seguridad y reglamentaciones vigentes, además deberá ser capaz de manejar grupos de turistas y mantener una buena relación con otros proveedores de servicios. (Alimentación, hospedaje, transporte)

Además deberá proveer a los turistas de una adecuada información sobre aspectos tales como biodiversidad, historia y cultura relacionada con el país y el municipio, de manera que el turista se ubique y dimensione la calidad del servicio que esta recibiendo.

Deberá hablar y leer de forma fluida al menos dos idiomas (Ingles y español) y tener un conocimiento profundo de la geografía de la zona.

Debe de cumplir fielmente con los horarios que se le asignen, mantener buenos hábitos de higiene personal y limpieza, hacer uso adecuado de las instalaciones y recursos que se provean.

PERFIL DEL GUÍA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

FACTORES DE SERVICIO	BÁSICO	INTERMEDIO	AVANZADO
Razonamiento Abstracto		X	
Aptitud Verbal			X
Disposición para la Relación Social			X
Empatía			X
Capacidad de Comunicación			X
Autocontrol		X	
FACTORES DE PERSONALIDAD			
Seriedad		X	
Honradez			X
Puntualidad			X
Presentación personal		X	
FACTORES ACADÉMICOS			
Estudios		X	
Idioma extranjero			X

CRONOGRAMA

CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO											
	SEMANAS									RESPONSABLES	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Presentación a alcalde del Municipio de Nueva Concepción											Grupo de Investigación
Reproducción de Documentos para estudio del Proyecto para su implementación											Alcalde
Presentación del Proyecto al Concejo Municipal											Alcalde
Estudio de la Propuesta de Implementación del Proyecto											Alcalde y Concejo Municipal
Puesta en marcha del Proyecto											Alcalde y Concejo Municipal
Evaluación de la puesta en marcha del Proyecto											Alcalde y Concejo Municipal

DISEÑO DE AFICHE



DISEÑO DE GUIA TURISTICA

Nueva Concepción

No es solo un lugar... sino una nueva Concepción...

El Municipio de Nueva Concepción, ofrece: Rios, Posas, fauna Silvestre, Cultura e historia; siendo estos parte de los atractivos con los que ha sido privilegiado el Municipio.

- Fiestas Patronales**
efectuadas del 25 de enero al 2 de febrero en conmemoración a la Virgen de Candelaria se realizan actividades de jaripeo, carrera de caballos y juegos mecánicos.
- Fiesta Tradicionales**
se celebran en conmemoración a la virgen de Nueva Concepcion del 6-8 de Diciembre en la cual se efectuan diferentes actividades.
- Festival del Maiz.**
efectuado el 20 de octubre que es una tradicion desde hace 14 años en la cual se realizan actividades como camelona de pupusas venta de artesanias, eleccion de la reina del maiz.

No es solo un lugar... sino una nueva Concepción...

De Villa a Ciudad... Nueva Concepcion...
Municipio lleno de vida y color.
Ven y comparte con nosotros el aroma del bosque tropical seco y la biodiversidad del bosque tropical humedo... Ambos en un solo lugar.....

Nueva Concepción
Chetumal

DISEÑO DE LA GUIA



DISEÑO DE LOGOTIPO # 1



DISEÑO DE LOGOTIPO # 2



DISEÑO DE LOGOTIPO # 3



DISEÑO DE BANNER

De Villa a Ciudad...
 Nueva Concepción...
 Municipio lleno de vida
 y color.
 Ven y comparte con
 nosotros el aroma del
 bosque tropical seco y
 la biodiversidad del
 bosque tropical húmedo...
 Ambos en un solo
 lugar.....

*No es solo un lugar...
 sino una nueva Concepción...*

Nueva Concepción
 Chalatenango

DISEÑO DE LA PÁGINA WEB

Google - Windows Internet Explorer proporcionado por Windows UE

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Búsqueda Favoritos

Dirección <http://www.nuevaconcepcion.com.sv/>

Nueva Concepción
No es solo un lugar sino una Nueva Concepción

Home
Indice
Reservaciones
Contactanos

Diversión
Paisajes
Recreación

BIENVENIDOS A NUEVA CONCEPCION

HISTORIA
Esta población fue fundada y habitada por indios chortis (Mayas) desde siglos muy anteriores a la llegada de los españoles.

A partir de la segunda mitad del siglo XI formó parte del reino de Payaqui fundado por el anciano monarca Topilzín Acxitzil, con base en la población chorti (Maya) preestablecida y población tolteca (nahoha) emigrante.

El nombre chorti de esta antiquísima comunidad humana no ha llegado hasta nosotros; pero sí la denominación que le dieron los indios yaquis o pipiles (Toltecas): Chicunhuexo. Chicunhuexo, en idioma náhuat, quiere decir: "los siete sauces llorones" pues proviene del topónimo de las raíces chicun, siete, y huexo, uscoy, sauce llorón.

El arzobispo don Pedro Cortés y Larraz lo menciona en 1770 con el nombre de Chicunquetzal, que en idioma náhuat significa "los siete quetzales", de chicun, siete; y quetzal, nombre de un ave sagrada centroamericana de bellissimo plumaje verde resplandeciente

Epoca colonial:

En 1550 Chicunhuexo tenía unos 250 habitantes que hablaban el idioma chorti o apayac. Según el alcalde mayor de San Salvador don Manuel de Gálvez Corral, San Pedro Chicunhuexo contaba en 1740 con tan sólo cinco indios tributarios o jefes de familia, es decir, con unos 25 habitantes.

En 1807 según el corregidor intendente don Antonio Gutiérrez y Ulloa, el pueblo de Chicunhuexo era comunidad de "indios y algunos ladinos" dedicados a la siembra de "maíz en corta cantidad y caña dulce".

*De Villa a Ciudad...
Nueva Concepción...
Municipio lleno de vida
y color.
Ven y comparte con
nosotros el aroma del
bosque tropical seco y
la biodiversidad del
bosque tropical húmedo...
Ambos en un solo
lugar.....
No es solo un lugar...
sino una Nueva Concepción.*

Guia Turística

Windows Internet Explorer

http://news.google.com/sv/news?ie=UTF-8&oe=UTF-8&N=es&tab=win

Adobe Photoshop Document1 - Micro... Google - Windows Int...

Internet

PRESUPUESTO DE PROMOCIONAL PUBLICITARIO

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO MUNICIPALIDAD DE NUEVA CONCEPCIÓN					
ÁREA DE PRESUPUESTO DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD					
		Act 2007	PRESUP 2006	PRESUP 2007	D '07/'06
MUNICIPALIDAD	Ingresos Netos	500	250	650	400
	Ingresos por servicios	150		150	150
	Gastos publicitarios	150		150	150
	Página Web	150		150	150
	Impresos (Afiches, Guía turística)	50	50	50	50
	Impresión de banner	30		30	30
	Diseño Gráfico	250	50	250	380
	TOTALES GASTOS	630.0	50.0	630.0	580.0
	Inc. %		7.9%		92.1%

GLOSARIO

- **Amenazas:** Son situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar contra la permanencia de la organización.
- **Ambiente:** Conjunto de agentes físicos, químicos, biológicos y de factores sociales, susceptibles de tener un efecto directo o indirecto, inmediato a plazo sobre los seres vivos y las actividades humanas.
- **Área natural protegida:** Son partes del territorio nacional legalmente establecida con el objeto de posibilitar la conservación, el manejo sostenible y restauración de la flora y fauna silvestre.
- **Atractivos turísticos:** Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico y son los principales generadores de corrientes turísticas hacia la localidad.
- **Competencia:** Rivalidad entre las empresas que desean obtener mayor ganancia en un mismo mercado con respecto a una de esas empresas, conjunto de las que rivalizan con ella.
- **Consumidor:** Término con el cual se identifica a la persona que compra, o hace uso, de bienes y servicios.
- **CORSATUR:** Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) fue creada el 25 de Julio de 1996, como una entidad autónoma de derecho público con la finalidad de promover el desarrollo del turismo en El Salvador.
- **Debilidades:** Son factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia.

- **Demanda:** Cuantía global de las compras de bienes y servicios realizados o previstos por una colectividad.
- **Desarrollo turístico:** Es la evolución del turismo debido a la creación o mejoramiento de su infraestructura.
- **Diferenciación del producto:** Estrategia de mercadotecnia que busca crear una diferencia en la mente de la gente entre la marca de un fabricante y las marcas rivales.
- **Ecoturismo:** Turismo con el que se pretende hacer compatibles el disfrute de la naturaleza y el respeto al equilibrio del medio ambiente.
- **Encuesta:** Agrupación de datos primarios por medio de la obtención de información de los entrevistados, ya sea de manera personal, telefónica o por correo.
- **Estrategia:** Plan general de acción en virtud del cual una organización trata de cumplir con sus objetivos. Se puede definir también como programas de acción concretos a corto plazo para alcanzar los objetivos finales mediante la adopción de cursos de acción y asignación de los recursos necesarios para lograrlos.
- **Eficacia:** Capacidad de lograr el efecto que se desea o se espera.
- **Eficiencia:** Logro de los fines con la menor cantidad de recursos. El logro de objetivos al menor costo u otras consecuencias deseadas.
- **Fortalezas:** Son los recursos y capacidades con los que cuenta la empresa y por medio de ello, cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia.

- **Guía turístico:** Persona con profundo conocimiento sobre patrimonio y servicios turísticos, facultada para acompañar, dirigir, ayudar e informar a lo largo de itinerarios en autobús, automóvil, ferrocarril, u otro medio de transporte.
- **Hábitat:** Lugar o tipo de ambiente en el que existe naturalmente un organismo o una población.
- **Histórico-cultural:** Se incluyen los lugares que poseen vestigios físicos, estructuras o rasgos culturales propios de la época colonial del país. Tales como iglesias, cascos de haciendas, monumentos, etc.
- **Infraestructura:** Conjunto de elementos o servicios que se consideran necesarios para la creación y funcionamiento de una organización cualquiera.
- **Marketing:** Ejecución de actividades comerciales encaminadas a transferir productos o servicios del fabricante al consumidor, de modo que se satisfaga al consumidor y se cumpla con los objetivos de la empresa.
- **Marketing turístico:** Se entiende como la adaptación sistemática y coordinada de las políticas de los que emprenden negocios turísticos, privados o estatales, sobre el plano local, regional, nacional e internacional, para la satisfacción óptima de ciertos grupos determinados de consumidores, y lograr de esta forma un beneficio apropiado.
- **Mercado:** lugar o área geográfica en que se encuentran y operan los compradores y vendedores, se ofrecen a la venta mercancías o servicios, y en donde se transfiere la propiedad de un título.
- **Mercado meta:** Conjunto bien definido de clientes cuyas necesidades proyecta satisfacer la compañía.

- **Misión:** Función o tarea básica de la empresa, dependencia o de alguno de sus departamentos.
- **Objetivo:** Fin hacia cuyo logro se encauzan determinadas acciones, además es un marco de las previsiones, responsable de operación y de fijar la meta de acción, ya que a partir del objetivo definido se examinarán los medios para alcanzarlos.
- **Oferta turística:** Conjunto de atractivos naturales o artificiales que una nación puede ofrecer al resto del mundo para que sean visitados.
- **Operadores turísticos:** Empresas dedicadas a la movilización del turista o visitantes organizando viajes hacia los diferentes sitios o poblados turísticos.
- **Oportunidades:** Son aquellas posibilidades favorables y explotables que se descubren en el entorno en el que actúa la empresa y que permite obtener ventajas competitivas.
- **Paquete turístico:** Conjunto de servicios en que se incluye el alojamiento y una combinación de otros elementos, tales como traslados, comidas, excursiones locales, etc.
- **Presupuesto:** Es un plan para ahorrar y gastar. Es un instrumento administrativo en el cual se estiman por anticipación los gastos e inversiones relacionadas con el cumplimiento de determinadas funciones de la empresa.
- **Producto turístico:** Conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen al mercado, con el propósito de satisfacer los deseos, o las expectativas de los turistas.

- **Promoción:** Actividad del proceso de marketing, cuya función principal es la comunicación persuasiva.
- **Publicidad:** Actividades empresariales con el objetivo de presentar a un grupo un mensaje impersonal, oral, escrito o visual, con respecto a un producto, servicio o idea; patrocinado y diseminado por medios masivos de difusión.
- **Servicio:** Es cualquier acto o desempeño que una persona ofrece a otra y que en principio es intangible y no tiene como resultado la transferencia de propiedad de nada.
- **Servicios turísticos:** Toda actividad realizada por una persona pública o privada pendientes a satisfacer necesidades específicas directamente y planteada por el desplazamiento turístico.
- **Tour operador:** Empresa que crea y/o comercializa viajes con todo incluido y/o presta servicio turístico y/o subcontrata su prestación.
- **Turismo:** Práctica de viajar por placer o negocio a otro lugar o población dentro de un mismo país o extranjero, sin la intención de adquirir un trabajo remunerado.
- **Turista:** Visitante que pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado, en el país o lugar visitado.

- **Turismo cultural:** Este tipo de turismo es practicado por las personas que gustan conocer e enriquecer sus conocimientos culturales de una región histórica. Ejemplo de ello son: la ópera, teatro, coros, museo, etc.
- **Turismo deportivo:** La finalidad de este turismo es el deporte. En la actualidad el deporte es considerado como una forma especial de desarrollo y sobresalto del ser humano por medio del cual puede obtener grandes méritos una persona o una nación.
- **Turismo de interés común:** Conocido también como turismo de afinidad, el cual esta relacionado a vivencias y actividades que realizarán un grupo de personas puede ser de carácter religioso, filosófico o profesional.
- **Turismo de montaña:** Es llevado a cabo por los individuos cuyas preferencias son: disfrutar de un clima fresco o frío, actividades de acampar, fogatas y caminatas.
- **Turismo de vacaciones:** Es una actividad realizada por los individuos que quieren practicar sus vacaciones al descanso, es decir, prefiere todos aquellos lugares que les aseguran las comodidades, actividades, aventuras y su satisfacción aseguradas.
- **Turismo emisor:** Se entiende como el total de nacionales que se desplazan al exterior con fines diferentes al de ejercer una actividad remunerada en el país que visitan.
- **Turismo especializado:** Se le denomina de esa forma porque se combinan la aventura, emoción o un interés guiado por un tema de investigación específico.

- **Turismo externo:** Son los desplazamientos o movimientos migratorios que las personas realizan de un país a otro. Se le denomina también como turismo internacional.
- **Turismo independiente:** Contrario al turismo organizado, ya que el turista demanda los servicios de una forma directa o separada.
- **Turismo interno:** Conocido también como turismo nacional, que consiste en los desplazamientos o movimientos migratorios que las personas realizan dentro del territorio nacional.
- **Turismo organizado:** Es un paquete turístico en el cual la persona o grupo de personas obtiene todos los servicios que desea obtener durante el viaje a un precio establecido.
- **Turismo por negocios:** Este tipo de turismo se concentra en actividades de negocios y es caracterizado por el uso del sistema hotelero, restaurantes, uso de centros de convenciones, por mencionar los principales.
- **Turismo por placer:** Es una planificación de actividades que lo determina el turista en base a sus necesidades, gustos y preferencias.
- **Turismo receptivo:** Es el total de visitantes extranjeros, con la condición de que los gastos que realicen sean con dinero proveniente del exterior y que los viajes que efectúan tengan como finalidad pasar vacaciones, realizar deportes, negocios, visitas a familiares y amigos; y no el de buscar u obtener trabajo o residir en el país visitado.

- **Turismo recreativo:** Conocido también como Turismo por placer, cuya finalidad es conocer lugares, personas, climas, etc., con el único propósito de disfrutar de ello.
- **Turismo religioso:** Son visitas, romerías y peregrinaciones que los individuos realizan a los lugares sacrosantos.
- **Turismo rural o ecoturismo:** Turismo en el cual los individuos visitan los lugares clasificados como reservas naturales y culturales como: montañas, lagos, parques, ríos, etc.; estos lugares se caracterizan por la conservación de sus riquezas naturales.
- **Turismo “verde” o de naturaleza:** Este tipo de turismo que hace referencia al contacto y respeto al medio ambiente.
- **Visitante:** Toda persona que va a un país diferente al de su residencia habitual, y por otra razón que la de ejercer una profesión remunerada en ese país.
- **Zona protegida:** Territorio legalmente protegido como una propiedad nacional, con el objeto de posibilitar la conservación, el manejo sostenible y restauración de flora y fauna silvestre

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- BONILLA, GILDABERTO. "Como Hacer Una Tesis de Graduación con Técnicas Estadísticas". UCA Editores. San Salvador, 1998.
- MUÑOZ CAMPOS, ROBERTO. "Guía para Trabajos de Investigación Universitaria". Tercera Edición. Editorial Artes Gráficas. El Salvador, 1992.
- CHIAVENATO, IDALBERTO. "Administración de Recursos Humanos". Quinta Edición. Mc Graw Hill. México, 2002.
- CORSATUR, Origen Desarrollo y Características del Turismo.2004
- FUNDAMUNI, El Desarrollo Local y Participativo de la Mujer, Diseño y Agravación, Algiers, Abril 2000.
- Gonzalo Darque Sevilla, Planeación Estratégica Participativa Municipal, IULA/CELDACEL, Proyecto SACDEL
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, ROBERTO Y OTROS. "Metodología de la Investigación". Segunda Edición. Mc Graw Hill. México, 1998.
- KOTLER, PHILIP Y AMSTRONG, GARY. Fundamentos de Marketing. Sexta Edición. Pearson Educación. México 2003.
- KOONTZ, HAROLD y WEIHRICH HEINZ."ADMINISTRACION". Una perspectiva global. Onceava Edición. Mc Graw Hill. México, 1998
- LOPEZ TOMAS J. Y FERNANDO LARA DE VICENTE. Turismo Sostenible: Un enfoque multidisciplinar e internacional. Córdoba: Servicios de publicaciones Universidad de Córdoba, 2005.
- MONOGRAFÍA SOBRE EL DESARROLLO HUMANO Y OBJETIVOS DE

DESARROLLO DEL MILENIO, PROGRAMA DE LA NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO (PNUD).

- MINISTERIO DEL MEDIO AMBIENTE (1997) TOMO 6
- MONOGRAFÍA SOBRE EL DESARROLLO HUMANO Y OBJETIVOS DE DESARROLLO DEL MILENIO, PROGRAMA DE LA NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO (PNUD).
- MORENO, JAVIER. Turismo en El Salvador: El Reto de la Competitividad, Agosto 1998
- Sevilla, Gonzalo. Planeación Estratégica Participativa Municipal, IULA/CELDACEL, Proyecto SACDEL

TESIS

- CRUZ, LISSETTE Y OTROS. Propuesta para promover el desarrollo turístico del Municipio de Suchitoto en el Departamento de Cuscatlan, 2005, Universidad Centroamericana José Simeón Cañas.
- CAMPOS, DEHA Y OTROS. Plan y Diseño de la ruta Turística Los Nonualcos. 2003, Universidad Albert Einstein.
- MENDOZA, SOFÍA Y OTROS. Gestión para implementar el turismo ecológico como herramienta para el desarrollo local del Municipio de Jocoaitique. 2004. Universidad de El Salvador.

DIRECCIÓN EN LA WEB

- <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo>
- <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/conctepic.htm>
- <http://www.definicion.org/politica>
- <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/estoesfoda.htm>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Desarrollo_sostenible
- www.laprensagrafica.com/archivodeleyes.com
- www.omsieramaestra.granma.inf.cu/gestion/private/texto.htm
- www.cartamundialdetruismosostenible.com

ANEXOS

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

**• ENTREVISTA DIRIGIDA AL ALCALDE DEL MUNICIPIO DE
NUEVA CONCEPCIÓN**

1. ¿Con cuántos lugares turísticos cuenta el municipio?
2. ¿Tienen algún tipo de proyecto a largo plazo en el cual se involucrado alguna institución de turismo?
3. ¿Recibe ayuda a través de asesoría por parte del gobierno central, con el objeto de incrementar el turismo en la zona?
4. ¿Cuál considera usted que es el factor mas relevante por el cual nos se ha desarrollado el turismo?
5. ¿Cuenta con el personal idóneo para realizar programas de capacitación y asistencia técnica para impulsar el turismo?
6. ¿Existen en la zona centros de información turística?
7. ¿Cuenta el municipio con infraestructura vial y habitacional?
8. ¿Posee el municipio todos los servicios básicos?
9. ¿Qué programas o medidas estaría dispuesto a realizar para impulsar el turismo?
10. ¿Existe promoción turística de los centros recreativos?
11. ¿Poseen políticas y estrategias que impulsen el turismo?
12. Como gobierno local ¿Estarían dispuestos a involucrarse en el proceso de desarrollo turístico?
13. ¿Cuáles son las costumbres y tradiciones del pueblo?
14. ¿Cuál es la actividad económica mas desarrollada dentro del pueblo?
15. ¿Considera que existe educación ambiental en los habitantes?
16. ¿Cómo considera usted la situación actual de su municipio? ¿Cree usted que es propio para que se desarrolle el turismo?

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



I. PRESENTACION Y SOLICITUD

Somos estudiantes de la Universidad de El Salvador, en proceso de elaboración de nuestra tesis y estamos realizando una investigación de campo para obtener información para la elaboración de un Plan Estratégico para impulsar el turismo sostenible en el Municipio, para lo cual solicitamos su valiosa colaboración. De antemano le agradecemos por su tiempo y ayuda.

II. Indicaciones: Marque con una x la respuesta de su selección.

III. DATOS DE CLASIFICACIÓN

Datos generales:

Genero:

Femenino

Masculino

Entidad Económica

Alcaldía Municipal

Alojamiento

Casa de la Cultura

Agencia de Viaje

IV. CUERPO DEL CUESTIONARIO:

1) ¿Cuál considera usted que es la actividad con mayor representación de crecimiento en la zona?

a) Agricultura

b) Pesca

c) Comercio

d) Turismo

e) Otros

2) ¿Qué tipo de Turismo tiene mayor aceptación en el Municipio?

a) Ecoturismo

b) Tradicional

c) Cultural

d) Jaripeo

e) Otros

3) ¿Tiene conocimiento de proyectos que promueven el turismo en la zona?

Si No

4) ¿Sabe usted si se dan a conocer a nivel nacional e internacional los productos y servicios turísticos del Municipio?

Si No

5) ¿Cuáles de las siguientes actividades se realizan para promover los atractivos turísticos?

a) Anuncios b) Revistas c) Boletines d) Internet e)
otros

Favor especificar: _____

6) ¿Sabe usted si existen convenios con instituciones privadas, que vayan enfocados a la potencialización de turismo?

Si No

7) ¿Quiénes tendrían que velar por el desarrollo del turismo en la zona?

a) Ministerio de Turismo b) Alcaldía Municipal
c) otros _____

8) ¿Qué papel debería jugar la Alcaldía en relación al turismo?

- a) Coordinador b) Mediador c) Ejecutor d) Promotor

9) ¿Cuál de los siguientes elementos considera usted que es clave para dinamizar la economía del Municipio?

- a) La Asociación Comunitaria
 b) La Promoción de Atractivos turísticos
 c) Inversionistas
 d) Apoyo de la Alcaldía
 e) Todas las anteriores
 f) Otros _____

10) ¿Cuáles son los principales problemas con los que se enfrenta el Municipio para el desarrollo turístico?

- a) Acceso a los centros turísticos b) Falta de publicidad
 c) Seguridad e) Transporte
 f) Otros _____

11) ¿En que época del año tiene mayor afluencia de visitantes?

- a) Fines de Semana b) Semana Santa c) Fiestas Patronales
 d) Fin de año e) _____

Otros _____

12. ¿Conoce usted cuales son los atractivos turísticos mas visitados de la zona?

- a) Turicentro Splash b) Turicentro los Olivos
 c) Parque Acuático Río Lempa
 e) Otros _____

13. ¿Sabe usted si los precios a los centros turísticos son accesibles para los visitantes?

Si No

14) ¿Conoce un plan definido dentro del Municipio que oriente las acciones de turismo en la zona?

Si No

Si su respuesta es No, continúe con la pregunta 15.

15) ¿Sabe en que consiste Turismo Sostenible?

Si No

16) ¿Estaría interesado en conocer el concepto de Turismo Sostenible?

Si No

Turismo Sostenible: es un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, facilitar al visitante una experiencia de alta calidad del medio ambiente que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen.

17) ¿Qué sugerencias daría para mejorar el Turismo en el Municipio?
