

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE ECONOMIA
MAESTRIA EN CONSULTORIA EMPRESARIAL



**“ESTRATEGIA DE DESARROLLO EN TURISMO RURAL COMUNITARIO PARA EL
MUNICIPIO DE TECOLUCA, DEPARTAMENTO DE SAN VICENTE”**

PRESENTADO POR:

MIRIAM IVETTE ANAYA ROSALES

KAREN VANESSA CRUZ CHANTA

JUAN ENRIQUE REYES RUIZ

PARA OPTAR AL TITULO DE:

MAESTRO(A) EN CONSULTORIA EMPRESARIAL

CIUDAD UNIVERSITARIA, JUNIO 2015

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR



AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR : INGENIERO MARIO ROBERTO NIETO LOVO.
SECRETARIA GENERAL : DOCTORA ANA LETICIA ZAVALA DE AMAYA.

AUTORIDADES DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

DECANO : MÁSTER ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO.
VICEDECANO : LIC. ÁLVARO EDGARDO CALERO RODAS.
SECRETARIO : ING. JOSÉ CIRIACO GUTIÉRREZ CONTRERAS.
ADMINISTRADOR ACADÉMICO : LIC. EDGAR ANTONIO MEDRANO MELÉNDEZ.
TRIBUNAL EXAMINADOR : MAESTRO DIMAS DE JESÚS RAMÍREZ ALEMÁN.
TURCIOS. : MAESTRA YENNY GUADALUPE VIERA DE
: MAESTRO FELIPE ATILIO RIVAS RIVERA.

JUNIO DE 2015

INDICE

CAPITULO I: MARCO DE REFERENCIA Y TEORICO	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1.DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN Y EL TERRITORIO	5
a. CONTEXTO MUNICIPAL	5
1) Municipio de San Luis La Herradura.....	5
2) Municipio de Tecoluca.	5
b. CONTEXTO MICRORREGIONAL.....	5
1) El Bajo Lempa	5
2) Comunidades del estudio.....	7
2.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	12
a. APLICACIÓN DEL METODO ARBOL DE PROBLEMAS.....	12
b. DEFINICION DEL PROBLEMA	14
3.JUSTIFICACIÓN	14
4.ALCANCE O COBERTURA.....	15
5.OBJETIVOS.....	16
1) OBJETIVO GENERAL.....	16
2) OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	16
CAPITULO II. MARCO TEORICO.....	18
1.CONCEPTUALIZACION DE TURISMO RURAL COMUNITARIO	18
a. DEFINICIÓN TURISMO RURAL COMUNITARIO (TRC).....	18
b. APORTES DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO	21
1) Empleo y recursos económicos directos.....	21
2) Propiedades e infraestructuras.....	21
3) Relaciones de género	21
4) Economía local	21
5) Cultura.....	22
c. RIESGOS y DIFICULTADES PARA EL TURISMO RURAL COMUNITARIO	22
1) Viabilidad económica	22

2)	Dependencia del mercado internacional	22
3)	Dependencia de la cooperación internacional.....	22
4)	Ausencia de políticas públicas.....	23
5)	Coordinación débil	23
6)	Amenazas desde la derecha	23
7)	El problema de ser utilizados	23
d.	TURISMO RURAL COMUNITARIO EN EL SALVADOR.....	23
CAPITULO III: DIAGNOSTICO DEL TRC PARA EL MUNICIPIO DE TECOLUCA.....		26
A.DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN TURISTICA ACTUAL DEL MUNICIPIO DE TECOLUCA .		26
1.	DETALLE DE LOS ELEMENTOS DEL FODA.....	31
a.	FORTALEZAS	31
b.	OPORTUNIDADES	36
c.	DEBILIDADES.....	40
d.	AMENAZAS	48
2.	DIAGRAMA DE CAUSA Y EFECTO.....	53
CAPITULO IV: ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE TRC EN EL MUNICIPIO DE TECOLUCA ...		56
A.Planteamiento de la Estrategia General.....		56
1.	OBJETIVOS	56
2.	COMPONENTES DE LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE TRC EN TECOLUCA	57
3.	SOSTENIBILIDAD DE LA ESTRATEGIA.....	58
B. PLAN ORGANIZACIONAL DEL COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO DE TECOLUCA (CDTT).....		59
1.	Introducción	59
2.	Componentes	59
a.	Propuesta Legal del CDTT.....	59
1)	Personería Jurídica	60
2)	Entes participantes del CDTT	62
3)	Requisitos para ser socio del CDTT.....	63
4)	Derechos y Obligaciones de los miembros	63
b.	Propuesta Organizativa del CDTT.....	64
1)	Misión.....	64

2)	Visión	64
3)	Principios y Valores	64
4)	Objetivos	64
5)	Políticas	65
c.	Propuesta de funcionamiento del CDTT	65
1)	Sistema operativo y administrativo básico para el funcionamiento.....	65
2)	Requerimientos de Recursos Humanos para el CDTT	66
3)	Requerimientos físicos para el funcionamiento del CDTT	66
C.PLAN DE DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS.....		67
1.	Introducción	67
2.	Objetivos	68
3.	Componentes del plan	68
a.	Mejoramiento de Productos Turísticos.....	68
1)	Parque Eco-turístico Tehuacán	69
2)	Polígono Solidaridad.....	70
3)	Planta de Marañón.....	71
4)	Isla de Montecristo.....	71
5)	Sitio turístico la Pita (Restaurante, cabañas, manglares y Rio Lempa, planta de pescado)	72
6)	Isla Tasajera (Conchas, vivero de tortugas, estero de Jaltepeque y manglares)	73
b.	PROPUESTA DE RUTAS TURÍSTICAS.....	73
c.	PROPUESTA DE PAQUETES TURÍSTICOS.....	76
D.PLAN DE MARKETING		78
1.	Introducción	78
2.	Objetivos	78
3.	COMPONENTES DEL PLAN DE MARKETING	79
a.	Estrategia de Segmentación del mercado:.....	79
1)	Perfil de Turista Rural Comunitario Nacional.....	79
2)	Perfil de Turista Rural Comunitario Extranjero	80
3)	Pronostico Demanda	81
b.	PROPUESTAS DE MEZCLA DE MERCADEO.....	84
1)	PRODUCTO (SERVICIO TURISTICO).....	84

2) PLAZA.....	85
3) PRECIO.....	85
4) PROMOCION.....	86
5) PROCESOS.....	86
6) PAQUETES.....	87
7) PERSONAS	87
c. PROGRAMA DE ACCIONES DE MARKETING TURÍSTICO	87
1) FERIAS TURÍSTICAS	87
2) VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN.....	88
3) MISIONES COMERCIALES	89
E.PLAN DE CAPACITACION	89
1. Introducción	89
2. OBJETIVOS	90
3. COMPONENTES DEL PLAN DE CAPACITACION.....	90
a. Estrategia de capacitación.....	90
1) Grupos sujetos de capacitación:	90
2) Duración de los módulos:.....	90
b. Módulos y temáticas de Capacitación.....	91
1) Modulo I: Gestión de Empresas turísticas.....	91
2) Módulo II: Calidad y Buenas Prácticas	91
3) Módulo III: Operación y marketing turístico	91
4) Módulo IV: Operatividad de Servicios Turísticos	91
c. Modalidades de capacitación.....	91
d. Requerimientos de recursos para capacitaciones	91
e. Requerimientos para un buen desarrollo de las capacitaciones	92
f. Capacitación Continua.....	92
F.PLAN DE GESTION E INCIDENCIA	92
1. Introducción	92
2. OBJETIVOS	93
3. COMPONENTES DEL PLAN DE GESTION E INCIDENCIA	94
G.PLAN DE GESTION DE LA CALIDAD TURISTICA	95

1. Introducción	95
2. OBJETIVOS	97
3. COMPONENTES DEL PLAN DE GESTION DE LA CALIDAD TURISTICA.....	97
a. Sistema de Gestión de la Calidad	97
1) Documentación	98
2) INSTRUMENTOS DE CONTROL DE CALIDAD	98
3) Compromiso con la calidad turística	99
4) Objetivos de Calidad.....	99
5) Política de Calidad	99
6) Normas de calidad.....	100
7) Gestión de Recursos para la calidad	100
8) Planificación de la Calidad Turística	101
b. ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD	101
c. SISTEMA DE BUENAS PRACTICAS DE TURISMO	102
CAPITULO V: EVALUACION ECONOMICA Y FINANCIERA E IMPLEMENTACION DE LA	
ESTRATEGIA	104
CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	111
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	114
GLOSARIO.....	117
ANEXOS	118

CAPITULO I: MARCO DE REFERENCIA Y TEORICO

INTRODUCCIÓN

El Salvador es un destino turístico emergente, que reinició su apertura turística a partir de la firma de los Acuerdos de Paz en 1992. Después de la formación de CORSATUR (Corporación Salvadoreña de Turismo) en 1996, se consideró la creación del Ministerio de Turismo, en 2004, como una clara muestra de la voluntad nacional de apostar al sector turístico como una alternativa de generación de empleos e ingresos para el país.

En la última década se inició una fuerte promoción a nivel internacional para posicionar a El Salvador como un país dotado de condiciones, infraestructura adecuada y de una amplia gama de productos turísticos complementarios. Hasta el año 2008, durante la gestión del Gobierno 2004 - 2009, la estrategia turística de El Salvador privilegió el fomento de un turismo de encuentros, entendido en su sentido amplio: desde reuniones y congresos hasta encuentros con la población local y la naturaleza, estrategia definida en los *Planes de turismo: Plan 2014 y Plan 2020*, con la visión de convertir a El Salvador en un referente internacional para el turismo de convenciones y, a partir de ahí, que los beneficios se extendieran a los demás tipos de turismo.

El Plan Quinquenal de Desarrollo por el Gobierno durante la gestión 2009 - 2014 y que se ha continuado en la actual gestión 2014 - 2019, se basa en una Política de turismo que ha dado un giro sustancial, respecto del planteamiento de la estrategia previa, apostando a la necesidad de dinamizar el turismo interno, de prestar atención a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMEs), sobre todo en las zonas rurales, con el objetivo de mejorar su calidad de vida y promuevan los recursos naturales y culturales de los territorios. El eje estratégico está dado por el desarrollo de “Pueblos Vivos”, con el objetivo de que las comunidades revaloricen sus recursos naturales y rescaten su historia y cultura. Este Modelo permite incorporar las iniciativas desarrollo de los Gobiernos Locales. (Gobierno de El Salvador, 2010).

Al nivel que compete a la presente investigación, el turismo en el Municipio de Tecoluca también se ve regido por el Marco Legal de la Región de Los Nonualcos al cual pertenece, dentro de la llamada “Estrategia de desarrollo turístico de la región de los Nonualcos”, que parte también de la “Estrategia de Desarrollo Económico Local de la Región los Nonualcos”. Esta estrategia de turismo busca avanzar en el posicionamiento del territorio en el mapa turístico nacional, aprovechando el gran potencial existente en la zona costera, zona media y zona alta del territorio, donde la playa, cultura indígena y frutales son los principales recursos con que cuenta el territorio para potenciar rutas y productos turísticos. Resalta

principalmente el potencial de tres rutas turísticas, “Ruta Los Caminos de Anastasio Aquino”, “Ruta Frutos de Los Nonualcos” y “Ruta turística: Aventuras de la Costa”(ADEPRO, 2009), siendo en esta última donde se han considerado los atractivos turísticos principales de la zona, específicamente en la Unidad Territorial UT-3, del Sur de la Región de Los Nonualcos, municipios de San Luis la Herradura y Tecoluca, que ubica: Islas Tasajera, Colorada y la parte baja del Rio Lempa (La Pita, Isla Montecristo y el Delta del Rio Lempa). (FUNDE, 2010)

En general el sector turismo en el transcurso de los últimos años ha tenido una creciente importancia económica en el país, pero su aporte al mejoramiento de las condiciones de vida de las familias rurales es todavía muy limitado. Ante esta situación la presente investigación buscara potencializar un tipo de turismo alternativo al modelo dominante (mega-proyectos hotelero-inmobiliarios con dependencia de la gran inversión transnacional), apostando al “Turismo rural comunitario”, según Cañada (2009) se establece en zonas rurales, en el que la población local, en especial pueblos indígenas y familias campesinas, a través de sus formas de organización, ejercen un papel protagonista en la implementación, gestión y control de las actividades turísticas, así como en la distribución de sus beneficios.

El Turismo Rural Comunitario aún es incipiente en El Salvador, a pesar de contar con potencialidades para su evolución como un sector competitivo, en gran parte porque la política pública no ha apostado en serio por su desarrollo, ya que no existe aún una Estrategia de desarrollo de Turismo Rural Comunitario para El Salvador, para que el tema sea incorporado en la institucionalidad de turismo en el país.

A partir de septiembre de 2009, funciona la Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario que impulsa un esfuerzo conjunto para apoyar al turismo rural comunitario, no limitándose a la coordinación de los esfuerzos aislados de las comunidades, sino que intenta poner el tema en las estrategias y políticas de cada institución clave ligada al turismo (Aparicio, 2011). Es de esta manera que se visualiza el tema de Turismo Rural Comunitario en una opción estratégica para el desarrollo turístico en El Salvador, emprendiendo iniciativas que buscan mejorar las condiciones de vida de las familias campesinas, diversificando sus actividades productivas, aumentando sus ingresos y al mismo tiempo que contribuye a consolidarlos como productores de alimentos, como proveedores de servicios eco-sistémicos a través de sus esfuerzos de rescate ambiental y también como guardianes de la cultura e identidad local.

En el país al 2014 existían en al menos 150 experiencias vinculadas a la modalidad de turismo rural comunitario y turismo de base local con diferentes grados de evolución según

fuentes de la Mesa de Turismo Rural Comunitario; y al ser clara la apuesta al turismo como estrategia para el desarrollo de sus habitantes en la zona rural, por parte del Municipio de Tecoluca en el departamento de San Vicente, se promueve la necesidad de impulsar el turismo rural comunitario en esta zona, que tiene un gran potencial de atractivos turísticos específicamente en las comunidades como La Pita, Isla de Montecristo, Isla La Colorada e Isla de Tasajera ubicadas en el área natural de la desembocadura del río Lempa, así como también el área natural boscosa en la zona norte del municipio.

El presente proyecto comprenderá una serie de apartados, divididos en capítulos, el primero de ellos corresponde al *Marco de Referencia del estudio*, donde se contempla una perspectiva general del territorio objetivo de esta investigación, partiendo desde un contexto nacional, departamental, y finalmente municipal; en seguida se presenta el planteamiento de la problemática mediante la metodología del Marco lógico, posteriormente se muestra la justificación del estudio, así mismo se establecen las diferentes coberturas del estudio y los objetivos del mismo, a su vez se plasma la metodología para la investigación, para posteriormente finalizar este primer apartado con la definición de las variables del Estudio.

El capítulo segundo, contiene al *Marco Teórico*, que corresponde a la antesala del conocimiento general de la investigación, comprende la investigación sobre la concepción de comunitario, término a aplicar en el estudio, así como los componentes del sistema que lo integran. Además se contemplará una investigación sobre experiencias de turismo rural comunitario similares, tanto en el ámbito nacional como internacional, también se definirán una serie de elementos relevantes como los impactos que genera esta actividad, entre otros temas de interés relacionados al desarrollo de Turismo Rural Comunitario.

El tercer capítulo, contemplará el *Diagnostico de la investigación*, mostrando la situación actual del Turismo Rural en el Municipio de Tecoluca, se partirá identificando a los actores claves que participan en la gestión turística del municipio, se determinarán las dinámicas y tendencias del Sector turismo en especial del Turismo Rural comunitario en el país, se hará un análisis tomando en cuenta diferentes factores críticos (ambiental, tecnológico, político, organizacional, etc.) que servirán para determinar la situación en la que se encuentra el Turismo Rural de Tecoluca a través de la elaboración de un FODA que establecerá las fortalezas, deficiencias, amenazas y oportunidades, en materia de productos y servicios turísticos de la zona, ventajas competitivas en el mercado, comportamiento del consumidor y competidores, segmentos poblacionales objetivos, la demanda potencial, capacidades administrativas, organizativas y humanas de las iniciativas empresariales turísticas en el territorio; el marco legal e institucional que norman las actividades turísticas. Con toda esta

información, se establecerán las prioridades en Turismo rural para el Municipio de Tecoluca que propiciaran la Estrategia de desarrollo en Turismo Rural a construir.

En el capítulo cuarto, denominado *Estrategia de Desarrollo de TRC para el Municipio de Tecoluca*, que permitirá dar solución a la problemática planteada, que en primer lugar construirá un Plan Estratégico en Turismo Rural Comunitario, donde se establecerán las líneas directrices, objetivos y planes de acción a seguir, se estipularan los sistemas de control y evaluación que garanticen un buen funcionamiento. Estas acciones se concretaran en Planes específicos, como el Plan de marketing, diseño de propuestas de Rutas turísticas, formulación de programas de sensibilización a las comunidades, planes de formación humana, empresarial y técnica, se planteara una propuesta de organización y administración que coordine a las diferentes iniciativas turísticas, entre otros. A continuación se procederá a presupuestar la propuesta y a evaluar su viabilidad en el mediano y largo plazo. Por ultimo en este capítulo se desplegara el Plan de implementación de la propuesta, así como la administración de este proyecto.

Finalmente en el Capítulo cinco, *Conclusiones y Recomendaciones*, se establecerán las conclusiones finales correspondientes a los hallazgos más significativos en relación al aprovechamiento del potencial turístico como estrategia de desarrollo rural en el Municipio de Tecoluca Asimismo se presentaran las recomendaciones para llevar a cabo la estrategia propuesta.

1. DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN Y EL TERRITORIO

a. CONTEXTO MUNICIPAL

A continuación se detalla el panorama actual del área en estudio, el análisis deductivo desarrollado para el territorio se puede encontrar en Anexo 1.1 Descripción del contexto Nacional y Departamental.

1) Municipio de San Luis La Herradura

El Municipio de San Luis La Herradura, pertenece al departamento de La Paz, lo habitan 20,405 personas; del total de la población, 8,719 (42,7%) viven en las zonas urbanas y 11,686 (57,3%) en las zonas rurales (Ministerio de Economía. DIGESTYC, 2010). En el municipio de San Luis La Herradura, la actividad económica principal es la pesca artesanal, y en menor escala la agricultura, siendo los productos de mayor cultivo: la caña de azúcar, granos básicos, frutas y hortalizas. (giz, 2005)

2) Municipio de Tecoluca.

El Municipio de Tecoluca, pertenece al departamento de San Vicente, lo habitan 23,893 personas; de ellos, 13,417 representan el 56,2% viven en el área rural y el resto en zona urbana. (Ministerio de Economía. DIGESTYC, 2010)

De las 74 comunidades rurales que conforman el Municipio, 37 tienen escuelas y 10 de ellas cuentan con parvularia; existen dos Institutos Nacionales y 3 bibliotecas municipales que dan cobertura aproximadamente al 88% de la población de edad escolar. Existe una Unidad de Salud en la Cabecera Municipal y dos Unidades de Salud en dos cantones. Además, el municipio cuenta con 17 dispensarios médicos. (Alcaldía Municipal de Tecoluca, 2011).

b. CONTEXTO MICRORREGIONAL

1) El Bajo Lempa

Según la descripción dada por parte del Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD (2007) indica que el Bajo Lempa, es un microsistema socio y ambiental abierto, que se ubica en la zona costera entre el Departamento de La Paz y San Vicente, dentro del cual las estrategias de vida más representativas de la población son la agricultura comercial, la pesca artesanal, la ganadería y la producción integrada. Las condiciones sociales, económicas y de vida de las comunidades que pertenecen a esa zona son muy parecidas entre ellas, debido también a los fenómenos migratorios que afectaron la zona antes y

después de la guerra civil. En esa zona se observa un promedio de pobreza extrema de 20%, pobreza relativa de 42%. En el Bajo Lempa, un 85% de la población local son propietarios de su vivienda, contra un 1% que alquila, un 14% de las familias tiene acceso a la vivienda bajo otros regímenes de tenencia, probablemente en calidad de préstamo, el 80% de las familias tienen una vivienda formal, un 19% de las viviendas no disponen de letrina.

Asimismo la situación socioeconómica de las comunidades de pescadores y pescadoras en la zona de la desembocadura del río Lempa se ha visto perjudicada desde finales de 2008 por los problemas derivados de la crisis económica mundial y del país. Su impacto está siendo mayor en las poblaciones rurales y entre ellas las más pobres y vulnerables. A lo anterior, se suman fenómenos naturales como la Tormenta Tropical “Ida”¹, que afectó al país en noviembre de 2009, y el progresivo calentamiento que se está percibiendo en las aguas del Océano Pacífico producto del fenómeno de la Niña y el calentamiento global. (CORDES, 2010)

Durante el pasado conflicto armado (1970-1992), la región fue duramente golpeada por la guerra dado que sucedieron numerosas muertes, desplazamientos y refugios de la población dentro y fuera del municipio de Tecoluca. Con la firma de los Acuerdos de Paz se dio un fuerte repoblamiento de la región teniendo que reconstruir, partiendo de la absoluta pobreza, su vida familiar, económica y social.

Si bien después de los acuerdos de paz han existido cambios importantes en materia de democracia política, así como del entorno jurídico que se concreta en un país democrático y de leyes y decretos que lo respaldan, se aprecia que la injusticia social e inequidad en la distribución de la riqueza nacional, de los recursos y de las oportunidades, siguen creciendo y son la realidad nacional.

Sumado a lo anterior se han producido catástrofes naturales que han sido recurrentes en El Salvador y en especial a la zona del Bajo Lempa, lo que ha implicado continuos atrasos en los procesos económicos y sociales que se vienen desarrollando en la región con el acompañamiento de organizaciones sociales como CRIPDES (Asociación para el desarrollo de El Salvador) y Ong’s tales como CORDES (Asociación para la Cooperación y el Desarrollo Comunal de El Salvador).

El agua utilizada en los hogares es abastecida principalmente por medio de pozos o cañerías. El alumbrado de las viviendas es mayoritariamente proporcionado por el servicio

¹ Fuente: SNET (Servicio Nacional de Estudios Territoriales), fue el noveno sistema en producirse en el 2009, cuyo nombre deriva de la cuenca del Atlántico, de acuerdo al Centro Nacional de Huracanes este se ubicó en las costas Caribeñas de Nicaragua, cercana a la isla de Bluefields; el cual, junto a un sistema de Baja Presión, ubicado al sur de las costas Pacíficas de El Salvador, activaron la Zona de Convergencia Intertropical (ITCZ) y produjeron lluvias sobre el territorio nacional.

de energía eléctrica, ofrecido por empresas privadas, y en menor medida por lámparas de kerosene.

La principal fuente de energía para usos calóricos, como la cocina, es la leña (79%), en menor proporción el gas licuado de petróleo o GLP (6%) y kerosene (1%), dicha situación contribuye a la presión permanente sobre el recurso bosque.

Respecto a la población de 6 años de edad y más, se reporta que el 34% de la población no ha aprobado ningún año de escolaridad y solo el 18% se ubica entre el primero y tercer grado; el 23% de los hombres y el 25% de las mujeres no cuentan con ningún año de estudio aprobado; Las causas principales del analfabetismo, ausentismo y abandono de la educación son la necesidad de obtener un trabajo remunerado en el caso de los hombres (53%) y el trabajo doméstico o carga del hogar en el caso de las mujeres (43%).

2) Comunidades del estudio

El estudio se desarrollara en las comunidades de La Pita, Isla de Montecristo, San Carlos Lempa, Brisas del Volcán, Nuevo Tehuacán, Monte Sinaí y San Francisco Tehuacán del Municipio de Tecoluca en el departamento de San Vicente, y las comunidades de Isla La Colorada e Isla de Tasajera en el municipio de San Luis La Herradura en el departamento de La Paz.

Esta zona se caracteriza por estar contiguo a la desembocadura del río más grande del país, el río Lempa, y se define como un área con gran riqueza natural llena de manglares, cañones, estero, bosques salados, y de una flora y fauna con gran atractivo para el visitante. La región es de un gran valor ecológico, pero también histórico por ser una de las zonas con mucha importancia en el pasado conflicto, así mismo se destaca los medios de vida económicos como la actividad pesquera artesanal, la agricultura con enfoque orgánico, la ganadería y una creciente actividad agroindustrial destacándose el procesamiento de los lácteos, jugos de frutas, pescado, semilla de marañón, entre otros, las cuales en muchos casos, hacen uso de tecnologías a base de paneles solares que permite ser amigable con el ambiente. Todo ello genera ingredientes para hacer de la región una zona con potencial en explotación turística y que gestionada de manera integral y sostenible, representa una buena alternativa de solución para generar empleo a la población rural local, y al mismo tiempo conservar la riqueza natural. (CORDES, 2010).

El siguiente es un cuadro de las poblaciones por comunidad y por sexo basadas en un censo realizado por CORDES y la Alcaldía Municipal de Tecoluca:

Tabla 1.2 Datos Poblacionales de Comunidades en estudio, Microrregión Bajo Lempa

Comunidades	Total Familias	Mujeres	Hombres	Total Población	Promedio de personas por Hogar
La Pita	30	29	42	71	2.37
Isla Montecristo	28	44	62	106	3.79
Isla de Tasajera	116	190	186	376	3.24
San Carlos Lempa	184	368	337	705	3.83
Brisas del Volcán	43	88	78	166	4.10
Colonia Nuevo Tehuacán	205	384	332	716	3.49
Monte Sinaí	64	116	126	242	3.78
San Francisco Tehuacán	68	132	116	248	3.64
TOTALES	738	1351	1279	2630	3.56

Fuente: CORDES (Asociación para la Cooperación y el Desarrollo Comunal de El Salvador), 2010.
Y Alcaldía Municipal de Tecoluca 2010.

Comunidad ISLA DE MONTECRISTO: se localiza en el cantón Las Mesas, municipio de Tecoluca, departamento de San Vicente, habitan 28 familias, con una población de 106 personas de las cuales 44 son mujeres y 62 son hombres.

Entre los servicios básicos disponen de energía eléctrica, el agua para consumo humano lo hacen de pozos artesanales, cada familia posee un biofiltro para la potabilización del agua para consumo. La mayoría de viviendas son de paredes de madera de mangle, piso de tierra y techo de lámina/teja, en menor número hay con paredes de ladrillo, piso de cemento y techo de duralita. Existe un centro escolar hasta noveno grado. La actividad económica productiva principal es la pesca artesanal unida al cultivo de marañón orgánico certificado², además cada familia cría aves de corral para el consumo familiar. (CORDES, 2010).

La comunidad LA PITA: se localiza en el cantón Las Mesas, municipio de Tecoluca, departamento de San Vicente, habitan 30 familias, con una población de 71 personas de las cuales 29 son mujeres y 42 son hombres.

Entre los servicios básicos disponen de energía eléctrica, un sistema de agua entubada domiciliar, para mejorar la potabilidad del agua cada familia posee un bio-filtro para la potabilización del agua para consumo, cuentan con una infraestructura para refugio en caso de inundación ya que la comunidad es vulnerable al efecto de las tormentas tropicales o al mal manejo de las descargas de agua efectuada por las presas hidroeléctricas, existe transporte público en autobús o en pick up desde San Nicolás Lempa a través de una calle de pavimentada. Las viviendas son de paredes de madera de mangle, piso de tierra y techo

² El Cultivo y el proceso se realiza estrictamente bajo la norma de la regulación orgánica (EEC) Nr. 2092/91.

de lámina/teja, en menor número hay con paredes de ladrillo, piso de cemento y techo de duralita, la actividad económica productiva principal es la pesca artesanal unida a la crianza de aves de corral para el consumo familiar. (CORDES, 2010).

La comunidad ISLA DE TASAJERA: se localiza en el cantón San Rafael Tasajera, habitan 116 familias, con una población de 376 personas de las cuales 190 son mujeres y 186 son hombres

Entre los servicios básicos disponen de energía eléctrica, el agua para consumo humano lo hacen de pozos artesanales. La mayoría de viviendas son de paredes de madera de mangle, piso de tierra y techo de lámina/teja, en menor número hay con paredes de ladrillo, piso de cemento y techo de duralita. Existe un centro escolar hasta noveno grado. La actividad económica productiva principal es la pesca artesanal y la cría aves de corral para el consumo familiar. (CORDES, 2010).

La comunidad SAN CARLOS LEMPA: se localiza en el cantón San Carlos Lempa, municipio de Tecoluca, habitan 184 familias, con una población de 705 personas de las cuales 368 son mujeres y 337 son hombres

Entre los servicios básicos disponen de energía eléctrica, un sistema de agua entubada domiciliar, para mejorar la potabilidad del agua cada familia posee un biofiltro para la potabilización del agua para consumo, cuentan con una infraestructura para refugio en caso de inundación, ya que la comunidad es vulnerable al efecto de las tormentas tropicales o al mal manejo de las descargas de agua efectuada por las presas hidroeléctricas, existe transporte público en autobús o en pick up desde San Nicolás Lempa a través de una calle de pavimentada transitable todo el tiempo. Las viviendas son tipo mixto de paredes de ladrillo, piso de cemento y techo de lámina/teja o duralita, en menor número hay con paredes de madera o lamina, la actividad económica productiva principal es la agricultura, la ganadería y el comercio informal, unida a la crianza de aves de corral para el consumo familiar. (CORDES, 2010).

La comunidad BRISAS DEL VOLCÁN, se localiza en el cantón El Arco, al norte del municipio de Tecoluca, departamento de San Vicente, habitan 43 familias, con una población de 166 personas de las cuales 88 son mujeres y 78 son hombres.

Entre los servicios básicos disponen de energía eléctrica y agua potable. La mayoría de viviendas son tipo mixta, con paredes de ladrillo, piso de cemento y techo de duralita. No cuentan con centro escolar en la comunidad, por lo que los niños/as se desplazan a otras comunidades recorriendo aproximadamente 1 kilómetro. La actividad económica productiva principal es la agricultura para el consumo familiar. Entre los problemas que

identifican las familias son el desempleo, la falta de servicios educativos en la comunidad y las vías de acceso a la comunidad.

La comunidad COLONIA NUEVA TEHUACÁN, se localiza en el cantón El Arco, al norte del municipio de Tecoluca, departamento de San Vicente, habitan 205 familias, con una población de 716 personas de las cuales 384 son mujeres y 332 son hombres.

Entre los servicios básicos disponen de energía eléctrica y agua potable. La mayoría de viviendas son tipo mixta, con paredes de ladrillo, piso de cemento y techo de duralita. La comunidad cuentan con centro escolar hasta Noveno grado. En la comunidad hay botiquín y promotor de salud. La actividad económica productiva principal es la agricultura para el consumo familiar, algunas familias se dedican al comercio informal o trabajan en empresas de seguridad como vigilantes. Entre los problemas que identifican las familias son el desempleo y la falta de servicios de salud.

La comunidad MONTE SINAI, se localiza en el cantón El Arco, al norte del municipio de Tecoluca, departamento de San Vicente, habitan 64 familias, con una población de 242 personas de las cuales 116 son mujeres y 126 son hombres.

Entre los servicios básicos disponen de energía eléctrica y agua potable. La mayoría de viviendas son tipo mixta, con paredes de ladrillo, piso de cemento y techo de duralita. Cuentan con un centro escolar en la comunidad hasta Octavo grado. La actividad económica productiva principal es la agricultura para el consumo familiar, trabajan en comercio informal o se emplean en la industria de la construcción o como vigilantes en empresas de seguridad. Entre los problemas que identifican las familias son el desempleo, la contaminación ambiental por la basura y las vías de acceso a la comunidad.

La comunidad SAN FRANCISCO TEHUACÁN, se localiza en el cantón El Arco, al norte del municipio de Tecoluca, departamento de San Vicente, habitan 68 familias, con una población de 248 personas de las cuales 132 son mujeres y 116 son hombres.

Entre los servicios básicos disponen de energía eléctrica, y no cuentan con servicio de agua potable, teniéndose que abastecer de un nacimiento de agua. La mayoría de viviendas son tipo mixta, con paredes de ladrillo, piso de cemento y techo de duralita. No cuentan con centro escolar en la comunidad, por lo que los niños/as se desplazan a la comunidad Nuevo Tehuacán. La actividad económica productiva principal es la agricultura para el consumo familiar, se emplean en la industria de la construcción o empresas de seguridad como vigilantes. Entre los problemas que identifican las familias son el desempleo, problemas de contaminación ambiental, falta de servicios de salud y educación y deficientes vías de acceso a la comunidad.

En general las comunidades de la región, viven en condiciones de pobreza y extrema pobreza. La mayoría han sido beneficiarias del Programa de Transferencia de Tierra (PTT) con los Acuerdos de Paz, por lo que disponen de tierra agrícola. La mayoría de ellas desempeñan actividades agropecuarias de subsistencia, y algunas también actividades pesqueras de subsistencia.

El turismo, aunque ahora es una actividad que tiene poca importancia en la zona, ha ido creciendo en relevancia, al grado que los ingresos que genera durante épocas de alta actividad turística, se vuelve fundamental para muchas familias vinculadas a esta actividad.

Las familias de estas comunidades son patriarcales, significando que los hombres son los jefes de familia y por lo tanto estos son los que practican las actividades económicas, dejando a las mujeres en su mayoría cuidando a los niños y realizando las tareas del hogar. No obstante también hay un porcentaje significativo con mujeres como jefas de hogar. Las oportunidades de la mujer en la actividad económica son muy pocas, ya que la tradición dicta que la mujer no es tan capaz en la pesca, agricultura y ganadería como el hombre. Por lo tanto, alternativas económicas, como es el caso del turismo, pueden crear espacios para la mujer en la producción de la zona, incrementando los ingresos de la familia.

De igual manera, el turismo puede crear oportunidades para la población joven que predomina en la zona, en donde el promedio de hijos por familia es de 4. En muchos casos los y las jóvenes carecen de estas oportunidades por lo que caen en los patrones culturales ya establecidos o buscan alternativas fuera de la zona.

Hoy por hoy, las familias que se encuentran en estas comunidades, coinciden en que sus necesidades deben reorientarse hacia acciones que generen realmente un desarrollo socioeconómico para sus integrantes, y que éste sea palpable en el corto plazo.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El presente planteamiento de problema, se ha establecido en función de los resultados de un diagnóstico inicial, que de manera preliminar fue practicado a las iniciativas de Turismo Rural Comunitario que se encuentran en el Municipio de Tecoluca, Considerando las características del municipio y la organización existente, determinándose de esta manera la problemática de atención inmediata para este Proyecto de Investigación. (Ver Anexo 1.2 Proceso de Planteamiento del Problema).

Este Diagnóstico tenía el propósito de conocer las condiciones básicas del Municipio de Tecoluca en materia de Turismo Rural Comunitario, de manera que permitiese identificar preliminarmente las áreas de análisis en las cuales concentrar el esfuerzo para la definición del problema, enfocándose necesariamente en los principales factores de riesgo, internos y externos, a las iniciativas turísticas existentes, y que pueden generar la inviabilidad de las mismas en el corto o mediano plazo.

Su desarrollo se hizo combinando una labor de levantamiento de información existente del sector turismo, en especial el Turismo Rural Comunitario, tanto en el país, así como de la oferta turística en el Municipio de Tecoluca; se llevaron a cabo a su vez reuniones de carácter consultivo con representantes de la cooperación que apoyo en la zona, CORDES (Asociación para la Cooperación y el Desarrollo Comunal de El Salvador) y encargados de las iniciativas en Turismo Rural Comunitario en las comunidades de estudio; asimismo se hizo uso de exploración de información secundaria complementaria respecto a expectativas de clientes y la influencia de los diferentes tipos de competencia al rubro.

La herramienta a utilizar para evaluar y analizar la situación actual que presenta el Municipio de Tecoluca, viene determinada por **Metodología de Marco Lógico (MML)**.

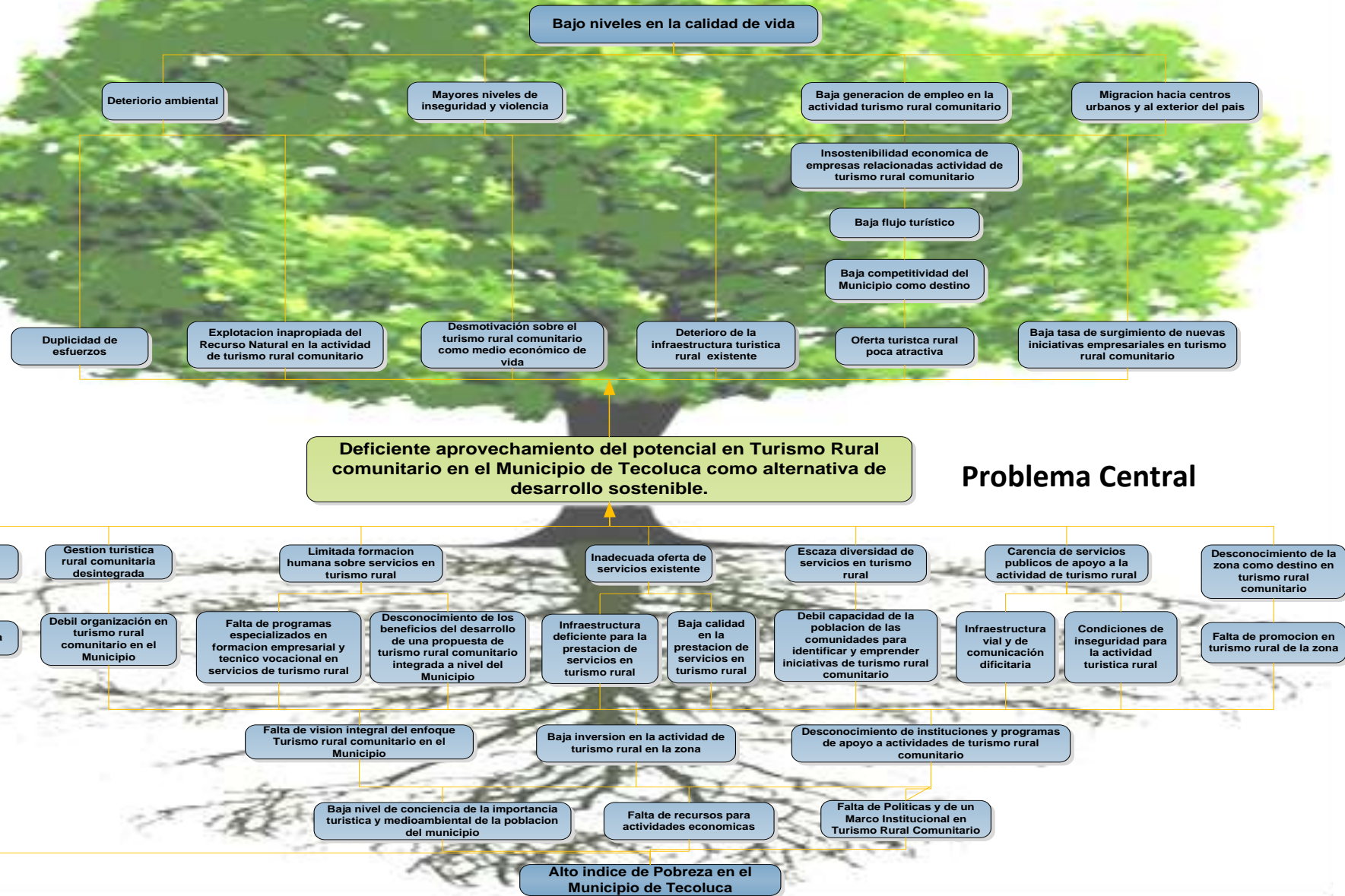
a. APLICACIÓN DEL METODO ARBOL DE PROBLEMAS

A continuación se hace una descripción explicativa de las correlaciones que existen entre las principales causas y efectos que establecen el problema a solventar en el estudio, siendo identificados y plasmados en el árbol de problemas.

Figura 1.2 ARBOL DE PROBLEMAS

EFECTOS

CAUSAS



b. DEFINICION DEL PROBLEMA

La clara concatenación entre causas y efectos, contenidos en el Árbol de problemas planteado previamente, ha permitido establecer que apostar a la oferta turística rural comunitaria del Municipio de Tecoluca puede ser una estrategia para el desarrollo de sus habitantes en la zona rural.

Por tanto se buscara superar la siguiente limitante:

“Deficiente aprovechamiento del potencial en Turismo Rural comunitario en el Municipio de Tecoluca como alternativa de desarrollo sostenible”

3. JUSTIFICACIÓN

En El Salvador, el turismo se visualiza que puede llegar a convertirse en uno de los Principales motores de la economía. Si bien su aporte, en el 2010, al Producto Interno Bruto (PIB) representó 3.2% del mismo, tiene el potencial de articular diversas actividades económicas generando empleo, impulsando la dinamización de las actividades socio-productivas, estimulando el rescate de la historia y la cultura y, en algunos casos, también incentiva la restauración y el cuidado de los recursos naturales, ya que es parte de sus atractivos. (Fundación PRISMA, 2010).

Esta panorama sobre el sector turístico, ha abierto las puertas para que la modalidad de Turismo Rural Comunitario (TRC), vaya tomando terreno, como actividad que puede diversificar las actividades productivas de la población rural, siendo de carácter complementaria en la economía rural, que contribuye a dinamizar el desarrollo local y territorial, asegurando el control de la tierra y la necesidad de restauración y conservación de los recursos naturales, históricos y culturales. (Fundación PRISMA, 2010)

Es así como hay un gran potencial para el turismo rural comunitario en el propio turista nacional y también en el turista regional, si se sabe realmente desarrollar una oferta de calidad e interesante. Pero allí está el reto y eso significa en parte generar un cambio cultural, dar valor a aquello que tiene que ver con el campo o ruralidad, que tiene que ver con la propia tradición e identidad. (Cañada, 2009)

La idea de realizar nuestro proyecto de tesis en Turismo Rural Comunitario es proponer una alternativa que fortalezca la base de estrategias de desarrollo para la población rural del Municipio de Tecoluca que generalmente se ve marginada, buscando que a nivel económico

sea fuente de ingresos complementarios para los pobladores, estimulando el elemento socio-productivo con la seguridad alimentaria; especialmente, para mujeres y jóvenes que encuentren actividades en las cuales desarrollar nuevos roles productivos como el trabajo de guías turísticos, el servicio de alimentación, alojamiento y administración de las iniciativas turísticas comunitarias; asimismo promoverá la conservación del medio ambiente y el rescate y promoción de la historia y la cultura del territorio.

Por lo tanto con la ejecución de este proyecto “Estrategia de Desarrollo en Turismo Rural Comunitario en el Municipio de Tecoluca”, resulta ser de gran interés para la ONG CORDES junto a las asociaciones comunales y organizaciones de tipo colectivo, que poseen iniciativas turísticas principalmente en la zona del Bajo Lempa, se lograra potencializar los lugares más representativos de la comunidad La pita, Isla Colorada, Isla Tasajera, Isla de Montecristo en la zona del Bajo Lempa, así como la zona norte del Municipio en las comunidades aledañas al Parque Tehuacán y la comunidad San Carlos Lempa. A su vez se contribuirá con el desarrollo sostenible de las comunidades, preservando el medio ambiente, contribuyendo a la mejora en las condiciones económicas y humanas de la población conformada por 738 familias cuya actividad económica principal es la pesca artesanal o la actividad agrícola de subsistencia, según estudio por el PNUD (2008) los ingresos promedios mensuales de las familias en la zona son de alrededor de \$241.73, el cual no logra cubrir el costo de la canasta básica de \$ 346.94 en el sector rural (DIGESTYC, 2010).

4. ALCANCE O COBERTURA

- El levantamiento y análisis de información en materia de datos estadísticos sobre la actividad turística será para un periodo de 22 años, tomada a partir de 1992, por el carácter estabilidad que presenta el sector a partir de esa fecha.
- El área geográfica para el levantamiento de información sobre productos y servicios turísticos se circunscribe a los municipios de Tecoluca y San Luis La Herradura, en caso del segundo municipio se ha incluido solo las comunidades de la Isla de Tasajera, por lo que en adelante el estudio será referido solo al primero de los dos municipios.
- El estudio está enfocado al turismo rural en la modalidad turismo rural comunitario, diferenciándose del primero en el hecho que este último es una actividad económica planificada por la organización comunal, y son los pobladores de las comunidades quienes participan en forma directa en la gestión de los servicios, de manera que los ingresos que se generan de la venta de productos y servicios se distribuyen entre la

misma comunidad, conformando una modalidad de turismo más equitativa social y económicamente.(Mesa Nacional de Turismo rural comunitario, 2011)

Como criterio de priorización el estudio se centrará en las iniciativas turísticas rurales comunitarias existentes y/o potenciales que permitan una oferta turística rural atractiva del Municipio de Tecoluca.

- El estudio comprende la aplicación en el Municipio de Tecoluca, de las técnicas más apropiadas, vistas en los diferentes módulos de la Maestría de Consultoría Empresarial, en el desarrollo de la modalidad turística incipiente, denominada Turismo Rural Comunitario, a fin de generar un conocimiento especializado en materia de “Estrategia de Desarrollo en Turismo Rural Comunitario” que pueda ser posteriormente replicado a otros territorios Municipales con potencial de este tipo y que a su vez buscan mejorar las condiciones de vida de los medios rurales. Mediante este aporte en capital intelectual se podrá enriquecer la información existente del tema, beneficiando a aquellos sectores colectivos de apoyo a la actividad, al sector académico y empresarial que precisan de un alto aporte en investigación especializada de este tipo.

5. OBJETIVOS

1) OBJETIVO GENERAL

Diseñar una Estrategia de desarrollo en Turismo Rural Comunitario para el Municipio de Tecoluca del departamento de San Vicente, que permita el aprovechamiento de su potencial turístico, a fin de contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de sus habitantes.

2) OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Investigar las concepciones de Turismo Rural existentes y su entorno sistémico, estudiando las principales experiencias a nivel de turismo rural comunitario en el país, con el fin de establecer un panorama apropiado para el abordaje del estudio.
2. Identificar los principales actores estratégicos para el desarrollo de la gestión turística rural comunitaria en el de Municipio de Tecoluca.
3. Elaborar un diagnóstico de la situación actual del Turismo rural comunitario en el Municipio de Tecoluca, a partir de un análisis de factores críticos, ambientales,

tecnológicos, políticos, organizacionales, económicos, de infraestructura, aplicados a la zona.

4. Priorizar y validar las necesidades de desarrollo turístico del Municipio de Tecoluca que se potencializaran, a manera que pueda realizarse una propuesta para el desarrollo del Turismo rural comunitario, profesionalizada, actualizada y sostenible.
5. Establecer los objetivos y estrategias para el desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Municipio de Tecoluca, así como sus respectivos sistemas de control y evaluación, de manera que se garantice la integralidad y sinergia en los diferentes componentes de la propuesta.
6. Diseñar Planes de acción específicos, con las propuestas que coordinen las diferentes iniciativas, a fin de crear las condiciones favorables para el desarrollo y viabilidad del turismo rural comunitario en el Municipio de Tecoluca.
7. Establecer el presupuesto de inversión para la Estrategia de desarrollo en Turismo rural comunitario para el Municipio de Tecoluca, a razón que pueda sea implementada de una manera adecuada.
8. Desarrollar las evaluaciones económicas y financieras que permitan prever la sostenibilidad económica de la estrategia propuesta.
9. Realizar las evaluaciones socio-económicas y ambientales para establecer las contribuciones de la estrategia al desarrollo del municipio.

CAPITULO II. MARCO TEORICO

1. CONCEPTUALIZACION DE TURISMO RURAL COMUNITARIO

a. DEFINICIÓN TURISMO RURAL COMUNITARIO (TRC)

Como temática específica que compete a la presente investigación, es necesario establecer la definición relacionada que permita diferenciarla del término Turismo Rural propiamente dicho, dado que representa e integra una modalidad dentro de las tipologías del turismo rural (Ver Anexo 2.1. CONCEPTUALIZACION Y TIPOLOGIAS DE TURISMO RURAL)

En primer lugar el TRC, surge como una opción de integrar las comunidades que viven en medios rurales, a la alternativa que representa el turismo como actividad económica, de manera que al diferenciar este tipo de turismo de otras modalidades, como el ecoturismo, las primeras ONG que comenzaron a trabajar en el tema lo llamaron Turismo Rural Comunitario (TRC), buscando así potenciar la participación comunitaria; este término específico ha logrado persistir hasta la actualidad. (Morera 2006)

Esta modalidad del turismo rural a nivel de la Región Centroamericana se ha desarrollado fundamentalmente desde las organizaciones de base comunitaria con el apoyo financiero y técnico de organismos de cooperación internacional y organizaciones no gubernamentales. (IICA, 2009)

De acuerdo con Guereña (2004) las actividades turísticas de esta modalidad son gestionadas por organizaciones locales: cooperativas, asociaciones de productores, asociaciones conservacionistas, grupos de mujeres, fundaciones, comités de desarrollo, entre otras.

En general el turismo rural comunitario realmente se contrapone al turismo tradicional (masas) que ya ha ido provocando serios problemas en el ámbito económico y ambiental de los países en algunas zonas. A través de las vivencias y experiencias turísticas que promueve el turismo rural comunitario, se ha convertido realmente en una alternativa que está orientada a promover, fundamentalmente, la participación local, que luchen las comunidades por sus intereses y beneficio común y equitativo de las familias campesinas. (Fontana, 2009).

Es en este punto, nos interesa hacer la mención del concepto o de la diferencia de turismo rural y de turismo rural comunitario. Según Fontana (2009), en el caso del turismo rural comunitario, es esa actividad, digamos, económica que es planificada y organizada por la

comunidad, por la gente de la población, realmente que ellos gestionan sus propios servicios turísticos.

El turismo comunitario, como parte de la dinámica de la comunidad o del pueblo donde se articula ese producto, requiere de la participación de varias familias y de la comunidad en su conjunto, tal y como hemos venido mencionando con anterioridad. En este sentido, el turismo rural, siempre ha existido en El Salvador, se ha venido dando por décadas, en un sinnúmero de experiencias que hasta la fecha se cobijan bajo la sombrilla de esta modalidad.

Sin embargo, ese apellido, ese valor agregado de “comunitario” es lo que ha tenido un poco más auge en los últimos años en el país, y es el concepto que estamos tratando de abordar en este momento en el estudio y que está definitivamente presente, ya que existe ese elemento diferenciador del turismo rural y el apellido comunitario.

Este panorama nos ha llevado a aprovechar y retomar el concepto del conocimiento existente de Turismo Rural Comunitario en El Salvador, fruto del trabajo articulado que organizaciones del país está llevando a cabo, para fortalecer el turismo rural comunitario en una de las principales actividades turísticas a nivel nacional. Principalmente esta integración de esfuerzos recae en la Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario³ ya que constituye el referente nacional, en materia de TRC, por ser un espacio articulador de los actores interesados en el Turismo Rural Comunitario, dotándolos de representatividad y capacidad de incidencia con el fin de impulsar el fortalecimiento y sostenibilidad del sector. (Fundación PRISMA, 2010)



Si bien es cierto este es un esfuerzo de definición del concepto, que como concepto no quiere decir que es la postura oficial del país, puesto que no existe un marco institucional que responda a este contexto, a través de una política explícita de fomento del Turismo Rural Comunitario, por lo tanto puede decirse se está tratando de construir las bases para desarrollar este tipo de turismo en El Salvador.

La definición consensuada por **Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario (2011)** establece:

“Se desarrolla en áreas rurales con familias, cooperativas, asociaciones de desarrollo comunal, grupos indígenas y otras organizaciones de tipo colectivo que manejan la

³ Actualmente, la mesa está integrada por instituciones gubernamentales, ONG, instituciones educativas y por los representantes de las experiencias de turismo rural comunitario. En este esfuerzo, Fundación PRISMA funciona como coordinador y facilitador de procesos.

actividad turística planificando, gestionando y cuidando los recursos naturales e históricos que sirven de atractivo en sus territorios.”

Los ingresos que se generan de la venta de productos y servicios se distribuyen entre la misma comunidad conformando una modalidad de turismo más equitativa social y económicamente.

Asimismo existen otras concepciones mayormente aceptadas de turismo rural comunitario, a nivel local, estas son las siguientes:

Fundación PRISMA (2011):

“Es el turismo establecido en zonas rurales, en el que la población local a través de sus estructuras organizativas, ejerce un papel significativo en su control y gestión. En este modelo las comunidades se convierten en actores protagónicos de la gestión del turismo en el territorio”.

ALBASUD, Cañada (2009):

“El Turismo Rural Comunitario es un tipo de turismo desarrollado en zonas rurales en el que la población local, en especial pueblos indígenas y familias campesinas, a través de sus distintas estructuras organizativas de tipo colectivo, ejerce un papel protagonista en su implementación, gestión y control, así como en la distribución de sus beneficios.”

El Turismo Rural Comunitario no es una actividad sustitutiva de las actividades agropecuarias tradicionales (agricultura, ganadería, pesca,...), sino una forma de diversificar las actividades productivas en las comunidades rurales y complementar las economías de base familiar campesina.

A nivel regional uno de los países con mayor desarrollo de esta modalidad es Costa Rica, ha logrado avances importantes en el hecho de convertirlo en uno de los cuatro mega-productos turísticos del país, así como su incorporación al Plan Nacional de Desarrollo Turístico, a continuación se presenta la concepción del tema en el país, dado por el referente nacional **ICT (Instituto Costarricense de Turismo)/Alianza para el Fortalecimiento del TRC** (Fontana, 2009):

“Experiencias turísticas planificadas e integradas sosteniblemente al medio rural y desarrolladas por los pobladores locales organizados para beneficio de la comunidad”.

b. APORTES DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO

Esta se proporciona en 5 ejes estratégicos, según el estudio de ALBASUD, Cañada (2009):

1) Empleo y recursos económicos directos

- Creación de empleo en el área rural.
- Generación de recursos económicos distribuidos a lo largo de todo el año, o no necesariamente coincidentes con los ingresos derivados de las actividades económicas agropecuarias tradicionales.
- Beneficios generados ayudan a mejorar el bienestar y condiciones de vida de la familia.
- Se dan mejoras significativas en alimentación y educación.

2) Propiedades e infraestructuras

- Contribuye al mantenimiento de la propiedad y tenencia de la tierra por parte de las familias campesinas y comunidades rurales.
- Mejora de las infraestructuras familiares y comunitarias, que acaban teniendo un uso múltiple, no son sólo para el turismo.
- Moviliza recursos que capitalizan el campo y quedan en manos de las familias campesinas y comunidades rurales.
- Los beneficios son reinvertidos en la mejora y fortalecimiento de otras actividades productivas.

3) Relaciones de género

- Incrementa la participación y protagonismo en las mujeres en los asuntos públicos de la comunidad.
- La mujer dispone y controla de forma autónoma recursos económicos.
- Se beneficia de manera directa a mujeres y jóvenes, especialmente, porque se insertan en nuevos roles productivos vinculados con la producción de bienes y servicios turísticos.

Esta incursión de mujeres y jóvenes en el turismo va desde ser guías turísticas, artesanas, prestadoras de servicios de alojamiento, alimentación e incluso ser administradoras de sus propias iniciativas.

- El contacto con mujeres y hombres de otros lugares favorece la visión de otros modos de relación entre géneros

4) Economía local

- Dinamiza y reactiva la economía local (compras de alimentos, alquiler de servicios, transporte).
- Frena o reduce la migración

5) Cultura

- Oportunidad de conocimiento, intercambio y enriquecimiento cultural.
- Reconocimiento y revalorización del campo.

c. RIESGOS y DIFICULTADES PARA EL TURISMO RURAL COMUNITARIO

Se visualizan siete áreas críticas, dependerá la incidencia de cada uno del contexto de cada país. ALBASUD, Cañada (2009):

1) Viabilidad económica

- Existen dificultades para desarrollar una oferta de calidad y diferenciada, que permita su viabilidad económica, no todas las comunidades en el ámbito rural pueden esperar tener el mismo éxito con el turismo. Se requiere de organización, esfuerzo, pero también de algunas condiciones como atractivos turísticos y accesibilidad, etc.
- Existe una especial dificultad para promover los destinos y comercializarlos, para conseguirlo se necesita construir una alianza con la pequeña y mediana empresa turística local y nacional.
- El mercado turístico no da para todas las comunidades rurales. El TRC es una forma de diversificar y generar ingresos, pero no la única. Es necesario que la diversificación sea complementaria a las actividades agropecuarias, puesto que estas deben continuar siendo, principal actividad de la población rural ya que el aumento en los precios de los alimentos promueve el hecho que las comunidades deben seguir produciéndolos.

2) Dependencia del mercado internacional

- Se necesita fortalecer el mercado nacional y regional y el de los propios nacionales en el extranjero.
- Hace falta un cambio cultural que ponga en valor lo comunitario, lo rural en el sector urbano.

3) Dependencia de la cooperación internacional

- Acompañamiento no es sustitución.
- La capacitación y los recursos aportados son importantes, pero no puede desarrollarse una propuesta de TRC sostenible en el tiempo sin el esfuerzo continuado de la propia comunidad y de su apropiación de la actividad turística.

4) Ausencia de políticas públicas

- Políticas públicas han ignorado al sector comunitario.
- No todas las políticas son apropiadas o en realidad no llegan a la gente y acaban generando frustración.

5) Coordinación débil

- La creación de estructuras de coordinación y representación no es fácil. Pero es necesario invertir tiempo y esfuerzo en su desarrollo. Son imprescindibles para incidir políticamente, mejorar servicios, etc.
- A veces su desarrollo, sus prioridades y ritmos no son marcados por las propias iniciativas comunitarias si no por intereses externos. La prioridad de las formas de coordinación las deben marcar las propias iniciativas comunitarias.

6) Amenazas desde la derecha

- Hay un sector de la derecha que ha fijado su atención en el TRC. Desarrolla propuestas que tratan de desactivar y desnaturalizar estas propuestas. Ejemplo: políticas de certificación o de articulación de alianzas con megaproyectos.
- Se debe tener cuidado, dado que muchas veces hay una ofensiva para apropiarse y/o desmontar las potencialidades del TRC como parte de una estrategia de construcción de autonomía económica por parte de los sectores populares.

7) El problema de ser utilizados

- Existe el riesgo que el TRC se convierta en una distracción en una cortina de humo con la que distraer a sectores críticos con respecto a los impactos del modelo turístico dominante y las facilidades políticas otorgadas por los Estados.
- A la par que se desarrollan alternativas sustentables para las comunidades rurales no pueden olvidarse la resistencia frente a los impactos de las grandes cadenas hoteleras, los desarrollos inmobiliarios, etc. y la apropiación que hacen de los recursos naturales y fondos públicos.

d. TURISMO RURAL COMUNITARIO EN EL SALVADOR

El turismo rural comunitario, en El Salvador, surge en gran parte por factores como: la necesidad de diversificar los medios de vida de la población, la urgencia por asegurar el control de la tierra y la necesidad de restauración y conservación de los recursos naturales, históricos y culturales. (Fundación PRISMA, 2010)

En el país, el turismo rural comunitario es aún incipiente, en gran parte porque la política pública no ha apostado en serio por su desarrollo, en comparación con el resto de Centroamérica, varias comunidades campesinas de estos países están ya participando de experiencias exitosas de Turismo Rural Comunitario, cuyo elemento clave para su despegue se señala, ha sido la creación de estructuras de apoyo y la definición de políticas nacionales para el fortalecimiento del sector.

Por ejemplo en Nicaragua, Guatemala y Costa Rica, se han formado Redes de Turismo Rural Comunitario, integradas por pequeños productores, cooperativistas, comunidades indígenas y de afrodescendientes, y pequeños empresarios locales que son apoyadas por ONG's, cooperación internacional y municipalidades. Estas redes están enfocadas en la capacitación de los actores, en el fortalecimiento de su parte empresarial, desarrollo de destinos, paquetes y comercialización, logrando consolidar un estilo de hacer turismo alternativo a los modelos más convencionales. El caso más concreto de avance es Costa Rica que cuenta una Ley de Fomento del Turismo Rural Comunitario. (Fundación PRISMA 2009).

Actualmente, el Turismo rural comunitario en El Salvador está dentro de un proceso de construcción de bases para su desarrollo, por este motivo es pertinente señalar la necesidad de crear un marco institucional que responda a este contexto donde exista coherencia entre los diferentes instrumentos de política y que los diferentes sectores estén representados en los espacios de decisión. Ya que las experiencias de turismo rural comunitario y de base local llevadas a cabo hasta este momento en el país, han dependido en gran medida de programas y proyectos de cooperación⁴.

El apoyo más notable a este sector se ha logrado mediante la Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario, creada en septiembre de 2009, el cual ha articulado los esfuerzos de dinamización y fortalecimiento del sector, para que pueda desarrollarse en el país, asimismo esta, se ha preocupado porque el tema se encuentre en las estrategias y políticas de las instituciones claves del turismo, principalmente incorporándola dentro de la Política Nacional de Turismo.

Es importante destacar que muchas de las experiencias llevadas a cabo en Turismo Rural Comunitario, demuestran que es posible construir una institucionalidad local participativa e incluyente que regule un modelo de turismo propio, donde los actores locales (pequeños

⁴ El aporte gubernamental ha sido puntual y vinculado a su rol como contraparte de proyectos y programas de cooperación internacional, entre los que sobresale el Fondo de Pequeñas Donaciones del PNUD, el Programa Binacional de la Unión Europea, Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), FOMILENIO, OIKOS, IRISH AID, fondos ambientales del Fondo de la Iniciativa para las Américas (FIAES).

empresarios, comunidades, autoridades, vecinos etc.) puedan ser los principales protagonistas de su desarrollo. (Fundación PRISMA, 2010)

Existen hoy en día al menos 160 experiencias vinculadas a la modalidad de turismo rural comunitario y turismo de base local con diferentes grados de evolución (según fuentes de la MNTRC en el 2014). Entre estas experiencias se destacan brevemente los casos de Suchitoto, Cinquera y Ruta de Paz para ilustrar el potencial que tienen estos modelos para el desarrollo sostenible y equitativo de los territorios rurales. Además, se pueden mencionar los casos de la Cooperativa Los Pinos y la Cooperativa El Espino y la Red de Jóvenes de San Vicente, quienes han logrado beneficiarse de esta modalidad turística, como alternativa frente a la fuerte crisis agrícola que los afecta y ante la falta de opciones productivas. (Mesa Nacional de Turismo rural comunitario, 2011).

Por lo tanto el desarrollo del turismo rural comunitario es un desafío nada fácil de cumplir, pero el potencial del trabajo conjunto de las instituciones y experiencias que impulsan la Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario puede ser un comienzo, para consolidar este turismo como un motor de desarrollo en los ámbitos rurales, mediante una estrategia que, a partir del turismo sostenible, busque estimular el elemento socio productivo con la seguridad alimentaria, la conservación del ambiente y con el rescate y promoción de la historia y la cultura de los territorios. (Fundación PRISMA, 2010).

CAPITULO III. DIAGNOSTICO DE TRC EN EL MUNICIPIO DE TECOLUCA

A. DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN TURISTICA ACTUAL DEL MUNICIPIO DE TECOLUCA

Para ordenar y presentar de una mejor manera la situación actual de la situación del TRC y las iniciativas priorizadas se hizo uso de la herramienta de diagnóstico FODA, retomando aquellos elementos destacables que se identificaron y describieron en el análisis del entorno interno y externo de las iniciativas turísticas. En los Anexos 3.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN EXTERNA DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO PARA EL MUNICIPIO DE TECOLUCA y 3.2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN INTERNA ACTUAL DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE TECOLUCA, se puede ver un despliegue detallado tanto a nivel externo como interno del municipio, en relación al TRC.

A continuación se presenta de manera esquemática el análisis FODA, el cual se muestra mediante cuatro tablas separadas que describen los principales hallazgos de las organizaciones y del desarrollo de la modalidad de turismo rural comunitario en el Municipio de Tecoluca, en cuanto a Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas:

FORTALEZAS

- Diversidad en Atractivos Turísticos con gran potencial (diferentes recursos naturales, actividad agroindustrial, actividades culturales, etc.).
- Contar con dos Areas Naturales protegidas -ANP- (Parque Tehuacan y Zona ecoturística La pita
- Diversidad de servicios turísticos ofertados.
- La Alcaldía Municipal promueve activamente el desarrollo del sector, junto a ONGs con trabajo local
- Recurso humano capacitado en Servicio de Tour-operador y Guías Turísticas acreditados
- Vías de acceso principales en buen estado hacia la mayoría iniciativas turísticas
- Existen algunas actividades de promoción y publicidad del municipio e iniciativas turísticas.
- Desarrollo de actividades de rescate y promoción de cultura y tradiciones del municipio.
- Grupos organizados en el área económica (Productores, Jóvenes, Mujeres, pescadores) que pueden prestar servicios turísticos.
- Cobertura en telefonía fija y móvil en el municipio, incluyendo en las islas.
- Municipio fuerte receptor de cooperación nacional e internacional.
- Participación continua en la estrategia de pueblos vivos y acceso de programas de capacitación de MITUR .
- Infraestructura de servicio turístico relativamente nueva en las diferentes iniciativas.(menos de 5 años)
- Percepción favorable de las comunidades sobre la existencia de iniciativas turísticas.
- El municipio está integrado a los procesos de desarrollo turístico de Los Nonualcos (rutas turísticas aventuras de la costa y de frutas)

OPORTUNIDADES

- Potencial de ampliación de la diversidad de servicios turísticos ofertadas.
- Participar en la Mesa Nacional de TRC que articula y promueve esta modalidad de turismo.
- Aprovechar el FOMILENIO II, en el fortalecimiento de los procesos de desarrollo social y económico de la zona sur de Tecoluca.
- Interés de ONGs para gestionar recursos para el municipio
- Existencia de un segmento importante de turistas extranjeros que practican turismo rural y que visitan El Salvador
- Tendencias del Turismo rural: perfil del visitante con más enfoque en actividades vinculadas con la naturaleza.
- Reconocimiento del municipio a nivel de Región de los Nonualcos, a nivel nacional e internacional, por el trabajo coordinado, entre alcaldía, ONGs, comunidades e insituciones de gobierno.
- El turismo rural comunitario esta generando espacios de discusión a nivel de instituciones rectoras del turismo. Tasa de crecimiento sostenidas del turismo en general.
- Existencia de Programas de cooperacion del gobierno (MITUR, MINEC, MAG, MREE y MARN) hacia el TRC.
- El modelo de sostenibilidad ambiental y participacion comunitaria que promueve este turismo lo vuelve atractivo para ser sujeto de cooperacion gubernamental y no gubernamental.
- TRC es una alternativa para la generacion de empleo en el ambito rural contribuyendo al desarrollo del sector.
- Contribuye a la conservacion de los recursos naturales y del patrimonio e identidad cultural local

DEBILIDADES

- Baja competitividad del Municipio como destino turístico
- Limitada diversidad de servicios en Turismo Rural Comunitario
- Deficiente calidad del servicio de agua potable
- Falta de cobertura de POLITUR en el Municipio
- Iniciativas turísticas a nivel subsistencia
- Bajo flujo de turistas hacia la zona
- No existe una organización intersectorial fuerte que dinamice el sector.
- Dificultades para avanzar en el desarrollo turístico del municipio por deficiente articulación entre iniciativas
- Limitada gestión empresarial de las iniciativas turísticas
- Baja Calidad de los servicios turísticos ofertados.
- Carencia de una cultura de atención al cliente por parte de las iniciativas.
- Desconocimiento de buenas prácticas de turismo rural sostenible.
- Limitada infraestructura turística: Alojamiento y alimentación.
- Falta de condiciones para recibir a turistas en las diferentes Plantas de procesamiento agroindustrial.
- Insuficiente promoción y publicidad de los atractivos turísticos del municipio
- Falta de servicio de internet en las zonas turísticas.
- Inexistencia de formas de pago por tarjetas de crédito o débito.
- Falta de plataforma electrónica para la reservación de servicios turísticos.
- Limitada capacidad de inversión para la mejora de los servicios turísticos en las iniciativas.
- Falta de esfuerzos en la recuperación y conservación del Sitio Arqueológico de Tehuacan y el Museo de Guerra de la Sabana
- Falta de mantenimiento en la infraestructura, mobiliario y equipos para los servicios turísticos.
- Limitados recursos de la alcaldía para el desarrollo del tema turístico.
- No ha habido un esfuerzo de sensibilización de las comunidades en la importancia del turismo.
- Las iniciativas no están accediendo a programas de apoyo al turismo rural comunitario.
- Deficiente señalización e información sobre los sitios turísticos del municipio.
- Insalubridad ambiental generalizada por la escasa cultura de responsabilidad ambiental turística nacional.
- Inaccesibilidad de algunas zonas en ciertos periodos de invierno.

AMENAZAS

- Continuar con carencias o ausencia de Políticas y estrategia efectivas de Desarrollo integral del turismo en El Salvador por parte de las instituciones del gobierno rectoras del sector.
- Continuar sin ser reconocido el TRC como parte del marco institucional y político del país hacia el Sector Turismo.
- Incremento en la tasa de desempleo del Municipio
- Aumento en los niveles de migración del Municipio
- La variabilidad climática y degradación ambiental generan una constante vulnerabilidad del territorio del Bajo Lempa de Municipio de Tecoluca a desastres naturales, especialmente inundaciones.
- El crecimiento de competencia agresiva de otros destinos turísticos rurales cercanos de propiedad privada (Ruta de las Flores, etc)
- Fuerte competencia por destinos turísticos rurales ubicados en rutas turísticas con mayor reconocimiento a nivel nacional.
- La falta de experiencias exitosas a nivel nacional del TRC en materia de sostenibilidad económica, que pueda desmotivar y restar credibilidad a esta modalidad de turismo comunitario a pequeña escala.
- Un cambio de gobierno municipal que difiera sobre las prioridades y estrategias a este sector.
- La continuidad del país en niveles bajos de posicionamiento, como un destino turístico atractivo, en aspectos como inseguridad, intolerancia y calidad de vida.
- La recesión económica potenciales mercados (Europeo, Norteamericano, nostálgico y centroamericano)
- Inseguridad en el Municipio que afecte su imagen como destino seguro.
- Que prevalezcan intereses particulares por sobre los intereses en conjunto/colectivo.
- Que exista desinterés por el rescate y conservación del patrimonio cultural e histórico del municipio por parte de las instituciones y la población.
- Degradación de los recursos naturales del municipio por bajos niveles de conciencia ambiental y altos niveles de pobreza: bosque salado, bosque del parque Tehuacan y río Lempa.
- Persistencia de hábitos de vida modernos, y transculturizados, que generen desinterés del turista nacional por conocer sobre formas de vida rural, sostenibilidad y patrimonio cultural
- La situación económica nacional limita la práctica de turismo.
- El crecimiento descontrolado del turismo de masas que impacta negativamente en el medio ambiente y no contribuye a la mejora a la calidad de vida de las comunidades.

1. DETALLE DE LOS ELEMENTOS DEL FODA

a. FORTALEZAS

- **Diversidad en Atractivos Turísticos con gran potencial (diferentes recursos naturales, agroindustria, culturales).**

El municipio cuenta con una amplia diversidad de atractivos turísticos, tales como:

- **Recursos Naturales**

Bosques: Parque Tehuacán, Bosque salado (ANP)

Playas.

Laguna Los Garrobos.

Ríos Lempa y Bocana del Lempa, Agua Caliente, Río Grande, El Palomar, Angulo Poza.

Isla Tasajera: Criadero de Tortugas

Isla de Montecristo

Flora y Fauna diversa (aves, peces, mamíferos, especies del bosque salado)

- **Culturales**

Procesión en lanchas y velas.

Museo La Sabana.

Festival: Maíz y Marañón

Sitio Arqueológico Tehuacán

Casa de Cultura Tecoluca.

Tienda de Productos Artesanías de Tecoluca.

Iglesia (centro histórico de Tecoluca).

- **Agroindustria**

Fincas de Marañón Orgánico.

Invernaderos de Hortalizas

Polígono Solidaridad: Planta de Filtro y de Jugo de marañón.

Plantas de Procesamiento: Pescado,

Marañón

- **Contar con dos Áreas Naturales Protegidas (ANP)**

El municipio cuenta con dos áreas naturales protegida, lo cual significa contar con el apoyo del Estado para su conservación.

- **Área Natural Protegida Tehuacán**, es una reserva ecológica de 70 Ha. de extensión, su principal característica es que se trata de bosque sin aridez y con enormes reservas de agua, fue declarado Área natural protegida en octubre de 2008. El Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, ha proporcionado dos guarda-parques. El ANP es administrada por la Alcaldía Municipal de Tecoluca.
- **Área Natural Protegida Complejo de Jaltepeque**, con una extensión 49, 454 Ha, es el segundo bosque salado en importancia en el país después de la Bahía de Jiquilisco, tiene una enorme importancia debido a los servicios eco-sistémicos que ofrece, como la pesca, la agricultura y el turismo y además ofrece una barrera de protección natural, ante los efectos del cambio climático. Además en el 2011 fue declarado sitio Ramsar⁵, siendo el sexto a nivel del país.

⁵ La Convención Ramsar: es un tratado intergubernamental para la protección de humedales.

- **Diversidad de servicios turísticos ofertados.**

Actualmente en el Municipio se ofertan una diversidad de servicios turísticos por parte de las iniciativas turísticas, tales como:

- | | |
|-----------------|--|
| 1) Alimentación | 6) Paseos en lancha |
| 2) Alojamiento | 7) Observación y liberación de tortuga marina. |
| 3) Senderismo | 8) Mariposario |
| 4) Paisajismo | 9) Ferias culturales |
| 5) Camping | |

- **La Alcaldía Municipal promueve activamente el desarrollo del sector junto a ONG locales**

Para la municipalidad de Tecoluca, el desarrollo del Turismo es una prioridad, tal como se establece en su plan de desarrollo municipal 2010-2014. En tal sentido, la alcaldía ha desarrollado una serie de actividades tendientes a potenciar el desarrollo de la actividad turística del municipio, tales como:

- Promoción de la creación del Comité turístico del municipio, el cual funciona limitadamente.
- Es miembro de ASOTUR Nonualcos.
- Promueve los atractivos turísticos del municipio.
- Mantiene coordinación con el MITUR y otros entes gubernamentales vinculados al tema.
- Gestiona apoyo técnico para las iniciativas turísticas del municipio.

Como un elemento adicional, que nos confirma esta visión sobre el municipio de Tecoluca, es que es considerado uno de los municipios más proactivos de El Salvador, ubicándose en la posición 21 en cuanto a pro-actividad, según el Índice de Competitividad Municipal 2011 de El Salvador.

- **Recurso humano capacitado en Servicio de Tour operador y Guías Turísticos acreditados**

El municipio cuenta con recurso humano capacitado en servicios turísticos por parte de instituciones como MITUR, CORDES, Alcaldía, entre otros. Entre los cuales se puede mencionar:

- 4 jóvenes capacitados y acreditados en servicio de guías turísticos.
- 8 jóvenes capacitados en servicio de Tour operadores.
- Además se han dado capacitaciones en: preparación de alimentos, servicio al cliente y elaboración de artesanías.

- **Vías de acceso principales en buen estado hacia la mayoría iniciativas turísticas**

Las vías de acceso a los principales sitios turísticos del municipio, se encuentran en buen estado y transitables durante todo el año, salvo el acceso principal a la zona eco turística de la Pita, que en época de invierno se vuelve transitable solo para vehículos de doble tracción, son aproximadamente 7 Km de tramo. Por otra parte en el acceso al Parque Tehuacán, existe un tramo en alrededor de

100 mts. en mal estado. En cuanto a las islas el acceso alterno se puede realizar desde el Municipio de San Luis la Herradura, desde la playa la Puntilla.

- **Existen algunas actividades de promoción y publicidad del municipio e iniciativas.**

Se han desarrollado diversas acciones de promoción del municipio y de las iniciativas como destino turístico. Estas han sido realizadas por la municipalidad o bien por las propias iniciativas. Entre estas acciones podemos señalar:

- Participación ininterrumpidamente en el concurso de Pueblos Vivos desde el 2010.
- Promoción a través de Sitios Web: Parque Tehuacán y Hostal Lempa Mar.
- Promoción en sitios web del MITUR, Alcaldía de Tecoluca y ONG's con trabajos en el Municipio.
- Promoción en Brochure, mapas turísticos y otros materiales del MITUR, ASOTUR NONUALCOS.
- Promoción en vallas y rótulos en la carretera del Litoral y en las inmediaciones del Municipio.
- Promoción mediante ferias, festivales municipales (Maíz, Marañón) y fiestas patronales.

- **Desarrollo de actividades de rescate y promoción de cultura y tradiciones del municipio.**

La municipalidad en coordinación con las ONG's y organizaciones sociales, están desarrollando actividades orientadas al rescate y promoción del patrimonio histórico y cultural del Municipio, entre estas tenemos:

- Elaboración de una memoria del Municipio sobre los temas de asentamiento y danzas tradicionales.
- Festival del Maíz y del Marañón, para este último se busca potenciarlo como un símbolo del Municipio y bajo el concepto del Programa Un Pueblo Un Producto que promueve CONAMYPE.
- Se cuenta con el Museo de Guerra en la comunidad de La Sabana
- La conservación de vestigios en el Sitio Arqueológico del Parque de Tehuacán.

- **Grupos organizados en el área económica (Productores, Jóvenes, Mujeres, pescadores) que pueden prestar servicios turísticos.**

El municipio posee un tejido social organizado, muy fuerte, que a partir del proceso de repoblación del municipio luego del conflicto armado se fue desarrollando, a fin de crear las condiciones para una vida digna en las comunidades, y a la vez enfrentar la vulnerabilidad ambiental del territorio. Dando lugar a organizaciones tanto sociales como económicas dentro del Municipio, tales como:

- Grupo Bajo Lempa: en este participan, organizaciones sociales e iniciativas empresariales del municipio, ONG's y la municipalidad.
- Sistema económico y social (SES): aglutina a las comunidades y empresas de la zona sur del municipio (Sector Costa).

- Movimiento Económico y Social (MES): aglutina a las comunidades y empresas de la zona centro del municipio
- Asociación de Desarrollo Integral de Tehuacán (ADITH): aglutina a las comunidades y empresas de la zona norte del municipio (sector volcán).
- Asociación de Mujeres Rurales (ASMUR)
- Cooperativa de la Juventud rural del Bajo Lempa: jóvenes que administran la planta de procesamiento de jugos de marañón y filtros para agua.
- APRAINORES: que aglutina a productores de marañón y que poseen la planta de procesamiento de semilla de marañón.
- Asociación de desarrollo rural (CRIPDES San Vicente): organización social que aglutina a las ADESCOS de las comunidades rurales del Municipio.
- Cooperativa Bocana Lempa: que aglutina que aglutina a 6 cooperativas de pesca artesanal de comunidades de La Pita, Isla de Montecristo e Isla de Tasajera y que poseen la Planta de Procesamiento de Mariscos.
- Comité Turístico de Tasajera: que aglutina a pescadores artesanales y recolectores de huevos de tortuga de la isla Tasajera, que administran el área de conservación de la tortuga marina.

- **Cobertura en telefonía fija y móvil en el municipio, incluyendo en las islas.**

En el municipio cuenta con buena cobertura de señal de telefonía fija y/o móvil, en la totalidad de su territorio.

- **Municipio fuerte receptor de cooperación nacional e internacional.**

Tecoluca ha sido beneficiada con cooperación por parte de organismos nacionales e internacionales, desde la firma de los acuerdos de Paz en 1992, por diferentes razones: por ser una zona ex conflictiva y repoblada por excombatientes de ambos bandos; así por tratarse de una zona de alta vulnerabilidad ambiental y finalmente por los esfuerzos de gestión que las organizaciones presentes en el municipio han desarrollado. Algunas agencias de cooperación que han apoyado al municipio están:

- | | |
|--------------------------------|----------------------------------|
| - AID | - ONG´s Europeas: AOS, INTERSOL, |
| - AECID | Horizonte 3000, OXFAM GB, etc. |
| - GIZ | - ONG´S Norte-americanas: SHARE, |
| - ACDI | OXFAM America, SALV AID, etc. |
| - ONG´s Españolas: ACPP, PTM, | |
| PROCLADE BETICA, SODEPAZ, etc. | |

- **Participación en la estrategia de pueblos vivos y acceso de programas de capacitación de MITUR.**

El Municipio de Tecoluca participa desde el 2010, en el concurso de Pueblos Vivos que promueve el Ministerio de Turismo, en cuya cuarta edición del 2012, participan unos 203 de los 262 municipios de El Salvador.

- **Infraestructura de servicio turístico relativamente nueva en las diferentes iniciativas.**

La infraestructura turística del municipio es relativamente nueva, pues en su mayoría no tiene más de 8 años de construida. Siendo el hostel Lempa Mar, las cabañas de la isla de Montecristo los que tienen más tiempo de haber sido construidos (2006 y 2007). Pero el resto de la infraestructura, tiene menos de 5 años: Así, el Parque Tehuacán fue construido en el 2009, igual sucede con las plantas agroindustriales, como la planta de procesamiento de mariscos que fue construida en 2010.

- **Bajos niveles de delincuencia.**

El municipio de Tecoluca tiene bajo índices de delincuencia, su desempeño en materia de seguridad ciudadana lo posiciona en el lugar No.34 de los municipios más seguros de El Salvador, con un índice de 7.86 en una escala de 10, ubicándose sobre el promedio nacional que es de 7.33, según el Índice de competitividad municipal 2011 de El Salvador, publicado por USAID en enero de 2012.

- **Percepción favorable de las comunidades sobre la existencia de iniciativas turísticas**

Existe una percepción muy favorable a la existencia y desarrollo de iniciativas turísticas comunitarias, por parte de las comunidades en donde estas se ubican, pues como lo manifiestan los representantes de las organizaciones sociales comunitarias, la población de las comunidades ve en estas iniciativas, aspectos como:

- Genera oportunidades de empleo a nivel local
- La posibilidad de comercializar sus productos (agrícolas, pecuarios, pesqueros, artesanías y otros) con los/as turistas y las propias iniciativas turísticas
- La posibilidad de proveer servicios como transporte y guías
- Mejoras a la infraestructura comunal: Vías de acceso y servicios básicos entre otros.
- Se trata de iniciativas de turismo comunitario, cuyos socios/as son miembros/as de las mismas comunidades.
- La ven como muestras de desarrollo en la comunidad
- Generan espacios de esparcimiento y recreación para niños, jóvenes y adultos de las mismas comunidades, como es el caso del parque Tehuacán.

- **El municipio está integrado a los procesos de desarrollo turístico de ALN (rutas turísticas aventuras de la costa y de frutas)**

Tecoluca participa de manera activa en la Asociación de Municipios de Los Nonualcos (ANL), que aglutina a 15 municipios del departamento de La Paz y Tecoluca del departamento de San Vicente. Principalmente en la Asociación de Turismo de los Nonualcos (ASOTUR), donde actualmente la representación de alcaldía de Tecoluca ocupa la vice-presidencia de esta asociación.

La ANL a través de ASOTUR, ha creado tres rutas turísticas, en la que los atractivos turísticos de Tecoluca, aparecen en dos de esas rutas, La Ruta Aventuras en La Costa (zona de La Pita e islas) y la Ruta de Frutas de Los Nonualcos (Marañón).

b. OPORTUNIDADES

- **Potencial de ampliación de la diversidad de servicios turísticos ofertados.**

Posibilidad de ampliación de servicios turísticos que ofrecerá el municipio, a partir de la diversidad de atractivos específicos, entre los cuales se pueden mencionar:

- | | |
|---------------------------------------|---------------------------------------|
| 1) Avistamiento de aves | 8) Visita a la plantación de marañón. |
| 2) Paseo a caballo | 9) Visita a Museo |
| 3) Visitas a plantas agroindustriales | 10) Visita a Sitio Arqueológico |
| 4) Pesca deportiva | 11) Visita a invernaderos |
| 5) Ventas de artesanía | 12) Visita al vivero de conchas |
| 6) Kayak | 13) Visita a estanques acuícolas |
| 7) Tour en bicicleta | (camarón y Tilapia) |

- **Participar en la Mesa Nacional de TRC que articula y promueve esta modalidad de turismo.**

El objetivo principal de la Mesa Nacional de TRC es la incidencia para visibilizar modalidad de TRC y articular los esfuerzos para fortalecer al sector; de manera que si los actores claves del Municipio (Alcaldía, iniciativas, ONG's) se integran a la misma, se podrá acceder a diferentes beneficios que permitirán desarrollar el área en el territorio, tales como:

- Capacitación y acompañamiento en temas claves (aprovechamiento de sus recursos, administrar una empresa turística e iniciativa turística sostenible)
- Diagnósticos y Propuestas de mejora, elaboradas por universidades.
- Integración a la oferta turística en la tour operadora, Tour Rural ES
- Ruedas de negocios con (MREE)
- Invitación a formar parte de consorcios (MINEC)
- Acceso a programas de modernización rural (MAG).

- **Aprovechar el FOMILENIO II, en el fortalecimiento de los procesos de desarrollo social y económico de la zona sur de Tecoluca.**

Los Fondos de la Corporación del Reto del Milenio (FOMILENIO) II ha ofrecido un contexto de oportunidad para introducir el tema del TCR, pues basa su acción en el Programa de Actuaciones Estratégicas para el desarrollo integral y sostenible de los espacios litorales y costero marinos de El Salvador (Secretaría Técnica de la Presidencia, 2012). Por tanto para el caso de la zona del Bajo Lempa (La Pita, isla de Tasajera, La Colorada y Montecristo), se perseguirá acceder a las diversas actuaciones que define.

- **Interés de ONG's para gestionar recursos en el municipio**

Los temas que se concentran en el Municipio tales como la organización local fuerte, que ha permitido una alta experiencia en procesos productivos sostenibles, procesos de desarrollo y conservación, entre otras acciones en el territorio; asimismo la eficiente articulación entre actores alrededor de la gestión del riesgo, que ha permitido acciones para reducción de la vulnerabilidad de

la zona, promueven al municipio como un dinámico y atractivo sujeto de estudio y apoyo por parte de instituciones no gubernamentales relacionados con estos temas.

- **Existencia de un segmento importante de turistas extranjeros que practican turismo rural y que visitan El Salvador**

Según las experiencias en TRC desde el 2009, el mercado atendido está dado por el 70% de turistas que se reciben son nacionales, contra un 30% de turistas extranjeros. (PRISMA 2011). De acuerdo con las cifras que maneja el Ministerio de turismo, el turista internacional en el 2011 tuvo un gasto promedio por persona de \$89.1/día, respecto a un \$22.8/día que gasta el turista interno. Con base a esto si la tendencia en los últimos años ha sido hacia el incremento en la llegada de turistas extranjeros al país, la proporción anteriormente planteada también tendera a incrementar, de manera que la apuesta a esta modalidad en referencia al turista internacional, conllevara a mejorar los ingresos de las iniciativas vinculadas al TRC.

- **Tendencias del Turismo rural: perfil del visitante con más enfoque en actividades vinculadas con la naturaleza.**

Según los expertos, las tendencias emergentes del turismo para 2012, la preocupación está en aumento y el tema del manejo ambiental responsable y la sustentabilidad se está difundiendo cada vez más. Los viajeros son cada vez más conscientes del impacto ambiental que tendrán sus propios planes de viaje. Están dispuestos a pagar por opciones más «verdes» y a solicitar información para poder evaluar y elegir operadores éticos. (Future Brand, 2012).

De acuerdo a los resultados de la Encuesta del Gasto y Perfil del Visitante Internacional, del MITUR en los cuatro trimestres de 2011, el 75.9% de los turistas eligen El Salvador por sus playas, el 6.58% por su ambiente agradable; el 0.00% por la posibilidad de compras ; el 4.85% por ser la residencia de familiares; el 0.00% por entender el idioma; el 0.90% por su buen clima; por buen oferta de ocio el 1.57%, porque no es demasiado caro el 0.34%; porque es un sitio nuevo que no conoce previamente el 1.32%; por ser un lugar en el que ya haya estado el 0.15%; por la buena cocina el 0.10%; por posibilidad de visitas culturales el 0.35% ; por sus pequeñas ciudades el 2.59%; por ser un destino exótico el 1.63%; por la Naturaleza, parques naturales el 2.57%; por ser un destino no explorado el 0.38%; por el medio ambiente bien conservado el 0.14%; el 0.20% por la posibilidad de practicar deporte; el 0.42% por el motivo del viaje.

- **Reconocimiento del Municipio de Tecoluca a nivel de Región de los Nonualcos, a nivel nacional e internacional, por el trabajo coordinado, entre Alcaldía, ONG's, comunidades e Instituciones de Gobierno**

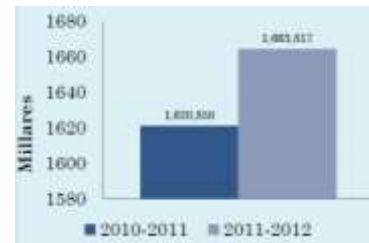
Cabe mencionar que las diferentes dinámicas territoriales propias en el Municipio, referentes a la gestión del riesgo, la enérgica organización social local, han propiciado el interés de los diferentes actores locales y nacionales a impulsar acciones encaminadas en ese sentido, de manera que lo ubican como una experiencia referente a nivel de región y nacional, siendo así que esto resulta una ventaja comparativa dadas estas particularidades.

- **El Turismo Rural Comunitario está generando espacios de discusión a nivel de instituciones rectoras del turismo. (OSN, MITUR)**

El sector de Turismo rural se va abriendo poco camino en el ambiente institucional del país, muestra de ello se tiene que respecto a la Organización Salvadoreña de Normalización (OSN), se espera que para finales de 2012 y principios de 2013, se definan las Normas técnicas sobre Posadas Rurales, actualmente Tour Rural ES, representa al sector de TRC en el Comité Técnico de Normalización que discute la norma.

- **Tasa de crecimiento sostenidas del turismo en general.**

En 2011, el país ha tenido un incremento de 2.65% de turistas extranjeros, respecto al año anterior, es decir que se recibieron 1,663,817.00 visitantes durante el año y un crecimiento acumulado en los últimos 3 años del 8.1%.



Fuente: MITUR, 2012

- **Existencia de Programas de cooperación del gobierno (MINEC, MARN, MAG, MREE) hacia el TRC.**

En esta parte se referencia aquellas instituciones que no corresponden a las instituciones rectoras o de apoyo directo al turismo, pero que están incidiendo puntualmente en el desarrollo de la modalidad TRC, siendo estas:

- Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG), ha apoyado ampliamente en temas como la diversificación productiva, Generación de empleo e ingresos, cambios en las relaciones de género, protección de los bosques y preservación de recursos naturales, dinamización de las economías locales. A través del Programa de Reconstrucción y Modernización de las Áreas Rurales (PREMODER), Proyecto de Desarrollo y Modernización Rural para la Región Oriental (PRODEMORO) y Proyecto de Desarrollo y Modernización Rural para las Regiones Central y Paracentral (PRODEMOR Central).
- Ministerio de Medio Ambiente (MARN), apoyando en temas de interés como el cambio climático, se encuentra comprometido a apoyar en la inclusión del turismo sostenible y el TRC en la agenda de CORSATUR, se ha coordinado para presentar el tema en otros espacios, como en las discusiones sobre FOMILENIO II, asimismo está dando seguimiento al tema de las capacitaciones al sector de TRC.
- El Ministerio de economía (MINEC), participa a través de su dependencia Dirección de Encadenamientos productivos, a través de programas de desarrollo económico comunitario, actualmente ha proporcionado vínculos con otras dependencia del MINEC, para proporcionar Líneas de apoyo para el sector, en el marco de las políticas de desarrollo territorial.

- El Ministerio de Relaciones Exteriores, participa activamente, a través de la Dirección de Inversión y Negocios, vinculando las iniciativas de pequeños productores rurales y empresarios de turismo rural, con inversionistas extranjeros y salvadoreños en el exterior, a través de ruedas de negocios.
- **TRC es una alternativa para la generación de empleo en el ámbito rural contribuyendo al desarrollo del sector**

Por definición la modalidad de Turismo Rural Comunitaria, es un turismo desarrollado en zonas rurales en las que la población local (en especial pueblos indígenas y familias campesinas, pescadores), a través de sus distintas estructuras organizativas de carácter colectivo, ejercen un papel protagónico en el desarrollo, gestión y control; así como en la distribución de sus beneficios (PRISMA, 2012). De manera que uno de los beneficios económicos, corresponde a la generación de empleos en la zona, no sustituyendo a las actividades agropecuarias tradicionales (Pesca, Agricultura y ganadería), ampliando de esta manera los ingresos del hogar, otros aspectos relacionados que genera son:

- Diversifica sus medios de vida
- Ingreso directo para las familias
- Estimula la economía local
- Inserción de mujeres y jóvenes en actividades remuneradas
- **Contribuye a la conservación de los recursos naturales y del patrimonio e identidad cultural local**

Esta parte se comparten los beneficios Ambientales y Sociales, culturales e históricos, que promueve este tipo de turismo. Entre estos beneficios tenemos:

AMBIENTAL

- Revaloriza los recursos naturales poniendo un valor agregado
- Concientizar a partir del turismo.
 - Ejemplo para Municipio de Tecoluca: liberación de tortugas como experiencia de sensibilización y educación ambiental –Isla Tasajera-, recorridos guiados en ANP: Bosque de Parque Tehuacán y Estero de Jaltepeque.
- Incentiva el cuidado y la conservación de los recursos del territorio cuando se conoce y se aplican las buenas prácticas de turismo sostenible.

SOCIAL, CULTURAL E HISTÓRICO

- Revaloriza los recursos culturales e históricos.
- Incentiva el rescate de la cultura y la historia
- Promueve la cultura e historia de los territorios
- Búsqueda por el bienestar comunitario. Incluyendo la inversión en obras comunitarias.

- **Generación de empleo en el Municipio**

Investigar la tasa de generación de empleo indirecto por cada directo en el sector turismo rural.

c. DEBILIDADES

- **Baja competitividad del Municipio como destino turístico⁶**

La competitividad es un concepto multidimensional, por tanto, para tener una idea general se han tomado aquellos indicadores de competitividad⁷, que pueden adecuarse al contexto, en ese sentido para el municipio de Tecoluca, a pesar de ser rico en recursos naturales, cultura e historia, no se le considera como un destino turístico competitivo a nivel nacional respecto de Suchitoto, Ataco, Juayúa, Perquín, Alegría, La Palma, entre otros.

- **Limitada diversidad de servicios en turismo rural comunitario**

La oferta actual del municipio se limita a solo 7 servicios turísticos.

- **Deficiente calidad del agua potable**

Alrededor de una proporción del 90% del municipio, salvo en el casco urbano el agua es abastecida por ANDA, el agua es proveída por sistemas comunales de agua, solo el 50% de estas recibe tratamiento por cloro, esta agua es sustraída de fuentes subterráneas, el resto no tiene ningún tipo de tratamiento, evidenciándose en altos niveles de contaminación por coliformes y químicos utilizados en la agricultura. Ante este panorama la mayoría de iniciativas turísticas rurales se ven en la necesidad de utilizar agua envasada para el consumo de sus visitantes.

- **Falta de cobertura de POLITUR en el Municipio**

En el municipio, existe articulación con la policía local para el desarrollo de algunas actividades, pero esta la desventaja es que esta no cuenta con la formación especializada en atención al sector, asimismo en el contexto actual, el turismo no representa una prioridad dentro de sus planes de seguridad.

- **Iniciativas turísticas a nivel subsistencia**

Las iniciativas turísticas en el municipio, funcionan a niveles de subsistencia, pues los niveles ingresos que les representa el flujo turistas es muy bajo y apenas les permite mantenerse operando o bien tienen que cerrar algunos días o periodos de baja afluencia.

El Parque Tehuacán: es el que mejor desempeño muestra en cuanto a ingresos, no obstante se considera, que si no fuese subsidiado por la municipalidad en cuanto a cobertura de pago de personal para administración y vigilancia, la promoción y mantenimiento o mejoras, sería difícil mantenerlo operando en las condiciones mínimas.

En cuanto al resto de iniciativas como restaurante, hostales y sitio turístico para protección de la tortuga marina, estos operan solo bajo reserva o bien los fines de semana y temporada turística alta. Lo que ha llevado a que no se tenga empleados permanentes en las mismas.

⁶ En el ámbito de la investigación turística, la competitividad de los destinos turísticos se puede definir como “la capacidad de un destino para crear e integrar productos con valor añadido que permitan sostener los recursos locales y conservar su posición de mercado respecto a sus competidores” (Hassan, 2000)

⁷ Según la World Travel and Tourism Council (WTTC), que es una institución que agrupa a las 100 empresas líderes del sector del turismo y viajes a nivel mundial, que desde el año 2001, posee un observatorio de competitividad turística, basado en 8 grandes apartados: precios, turismo humano, infraestructuras, Medioambiente, Tecnología, Apertura turística, Desarrollo social y Recursos humanos.

- **Bajo flujo de turistas hacia la zona**

La afluencia de turísticas a las diferentes iniciativas del municipio, es muy baja, lo cual genera bajos niveles de ingresos para estas. A continuación se plantean una estimación del número de visitantes, planteadas por las mismas representantes de las iniciativas en las entrevistas, esto tanto para temporada alta (6 semanas en el año) y temporada baja:

Iniciativa	Turistas x semana en temporada alta	Turistas x semana en temporada baja
Parque Tehuacán	300	50
Hostal Lempa Mar	200	10
Hostal Isla de Montecristo	300	5
Zona Turística de Tasajera (tortugas)	200	5
Polígono Solidaridad y Plantas Agroindustriales	0	0

Fuente: Elaboración propia en base a investigación de campo

- **No existe una organización intersectorial fuerte que dinamice el sector.**

La municipalidad creó en Junio de 2011, un Comité de Desarrollo Turístico (CDT) del municipio, coordinado por la municipalidad y con la participación los socios de las iniciativas turísticas existentes en el municipio, así como con la participación de la representación de la policía, la casa de la cultura, transportistas y la iglesia. Como comité Trabajaron un plan, pero no se concretó, pues se carecía de una estrategia clara de funcionamiento, sostenibilidad y apoyo hacia las iniciativas. Actualmente (al 2013), el CDT no funciona, solo la municipalidad continúa promoviendo las actividades turísticas, especialmente del parque Tehuacán y el Polideportivo del municipio. Por su parte las empresas turísticas, están desmotivadas pues no perciben beneficio de participar, y no existe un trabajo conjunto.

- **Dificultades para avanzar en el desarrollo turístico del municipio por deficiente articulación entre iniciativas**

Ante la falta de funcionamiento de Comité de Desarrollo Turístico de Tecoluca, en el municipio la coordinación de trabajo para promover el desarrollo del turismo, se ha visto disminuida y se limita a la labor que desde la municipalidad, algunas ONG`s como CORDES, CIDEP, el Grupo Bajo Lempa y La Mesa Permanente de Actores del Bajo Lempa (MESPABAL) realizan.

No obstante estos esfuerzos son dispersos y en ellos el tema turístico no es el central, pues tienen una agenda más amplia.

- **Limitada gestión empresarial de las iniciativas turísticas**

Las iniciativas turísticas tienen al frente a personas que realizan grandes esfuerzos para mantener operando las mismas, no obstante no cuentan con una formación sobre la gestión de empresas turísticas y especialmente bajo la modalidad de turismo rural comunitario, denotando una falta de planificación, ejecución y evaluación de la actividad empresarial turística.

Se carece de una visión empresarial, pues hay información clave que se desconoce o esta desactualizada, tales como: registro de turistas, costeo de los servicios, análisis de rentabilidad,

mercados objetivos, visión de desarrollo del negocio, entre otras. En la mayoría de los casos, se va en una dinámica del día a día.

Asimismo se desconocen muchas veces los beneficios del desarrollo de una propuesta de turismo rural comunitario integrada a nivel del Municipio, que impiden mejorar las condiciones existentes.

- **Baja Calidad de los servicios turísticos ofertados.**

La calidad en los servicios, es una limitante fuerte que presenta la actual oferta turística del municipio de Tecoluca. Esta carencia de calidad queda manifiesta, a partir de los resultados de las encuestas, ya que algunos de los encuestados, que han hecho uso de los servicios en el municipio, manifiestan limitantes en cuanto al servicio:

- Limitada oferta gastronómica
- Precios altos en relación a la calidad de la alimentación
- Mal estado de infraestructura de servicios turísticos
- Instalaciones sucias: Baños, habitaciones, piscinas, restaurantes, parqueos y áreas verdes.
- Deficiencias de atención a los clientes: falta de cortesía, tardanza en el servicio y falta de información.
- Deficiencias de presentación personal
- Inadecuado manejo de los desechos sólidos
- Deficiencias en los servicios básicos dentro de las iniciativas
- Incumplimiento de normas básicas de inocuidad en áreas de preparación de alimentos.

- **Carencia de una cultura de atención al cliente por parte de las iniciativas.**

El personal que elabora en las iniciativas, si bien algunos de ellos, han recibido capacitaciones sobre servicio al cliente, no se ha logrado instalar una cultura sobre de servicio al cliente. Esto se debe en muchos casos, a que no se ha dado una verdadera sensibilización sobre ello o bien porque el personal que atiende al turista no es el idóneo.

Algunas de las muestras de esta debilidad en las iniciativas, se plantean a continuación:

- Falta de muestras de cortesía por parte del personal: saludo, ofrecer servicios, proporcionar información adicional, etc.
- Muestras de desinterés por atender y solucionar situaciones planteadas por los turistas.
- Falta de una actitud proactiva en la prestación de los servicios turísticos
- Deficiencias en la presentación e imagen personal de las iniciativas
- Deficiencias en proveer información al turista
- Falta de mecanismos de evaluación de la calidad de los servicios turísticos
- Falta de mecanismos establecidos para reclamos o sugerencias
- Mínima sensibilidad en la comunidad por contribuir al servicio a los turistas

- **Desconocimiento de buenas prácticas de turismo rural sostenible.**

Las iniciativas turísticas no aplican buenas prácticas de turismo sostenible, lo cual se debe principalmente a que desconocen de las mismas. Ello se denota en muchas prácticas insostenible de turismo, tales como:

- Deficiente manejo de los desechos sólidos: no hay reciclaje, ni disposición final apropiada de los desechos.
- Falta de empleo de tecnologías limpias: No hay sistemas energía solar, ni de tratamiento de aguas.
- Deficiente manejo y protección de los recursos naturales y culturales: saqueo de sitio arqueológico de Tehuacán, deforestación de áreas de bosque y manglar, caza y pesca desmedida.
- Empleo de insumos no degradables en la prestación de servicios: tales como cubiertos plásticos y durapax, bolsas y botellas de agua y alimentos embolsados entre otros.
- Ausencia de normativas a nivel municipal y a nivel de las iniciativas turísticas, sobre buenas prácticas de un turismo sostenible.
- Falta de un plan de ordenamiento y desarrollo territorial del municipio, que delimite la implementación de actividades turísticas y económicas que deterioren el medio ambiente.

- **Limitada infraestructura turística: Alojamiento y alimentación.**

Si bien el municipio ofrece una variedad de servicios turísticos, las iniciativas tienen una limitada infraestructura que restringe su capacidad en cuanto a atender a los turistas, especialmente en temporada alta.

Así por ejemplo a nivel de municipio, existen en total unas 20 habitaciones, con capacidad de alojar a 68 personas. Todas son bajo la modalidad de cabañas, distribuidas de la siguiente manera:

Hostales	Número de habitaciones	Capacidad de Alojamiento
Parque Tehuacán	8 cabañas para 4 personas	32 personas
Hostal Lempa Mar	4 cabañas para 4 personas y 2 para 6 personas	28 personas
Hostal Isla de Montecristo	4 cabañas para 2 personas	8 personas
Totales	20 habitaciones	68 personas

Fuente: Elaboración propia en base a investigación de campo

Adicionalmente el Hostal Lempa Mar, mantiene unas tiendas de campaña, para incrementar la capacidad de alojamiento.

En cuanto a los restaurantes, lo limitado es en número de estos, pues los pocos que hay si tienen una buena infraestructura para atender a los visitantes. Los restaurantes bien establecidos que hay, solo son 5 en el municipio, el resto son pequeños comedores que se encuentran aledaños a las zonas turísticas, sobre la carretera litoral y el en área urbana del municipio.

Los Restaurantes que se ubican en Municipio de Tecoluca, son:

Nombre del Restaurante	Ubicación	Especialidad
Restaurante San Nicolás	San Nicolás Lempa sobre carretera El Litoral km.	Platos nacionales
Restaurante El Amate	Sobre Carretera El Litoral km 89.	Platos nacionales
Restaurante y Hostal Lampa Mar	Comunidad La Pita, en la Desembocadura de Rio Lempa	Mariscos
Restaurante de Parque Tehuacán	Parque Tehuacán a 1 km al norte del Centro Urbano de Tecoluca	Pelibuey
Restaurante Chinchontepec	El Playón, sobre Km 87 de la Carretera El Litoral a 50 metros al norte	Platos Nacionales

Fuente: Elaboración propia en base a investigación de campo

Tanto los hostales como los restaurantes quedan desbordados en sus capacidades en temporada alta, pero los problemas son más marcados en los hostales, lo cuales implica las imposibilidad de una estadía mayor a un día, para algunos turistas que llegan con más expectativas.

- **Falta de condiciones para recibir a turistas en las diferentes Plantas de procesamiento.**

Las plantas agroindustriales carecen de acondicionamientos y áreas específicas para atender visitas y recorridos de los turistas por las mismas, así mismo no cuentan con personal capacitado para explicar los procesos a los visitantes, ni señalización del recorridos, ni normativas sobre comportamiento en la planta, no se tienen los kits de accesorios para los visitantes, en cuanto a vestimenta (botas, gabachas, guantes y redcillas).

- **Insuficiente promoción y publicidad de los atractivos turísticos del municipio**

El municipio no se ha posicionado como un destino turístico importante a nivel de país, esto se puede deducir de la encuesta aplicada tanto a nivel de turistas nacionales e internacionales, pues en el caso de los primeros solo un 11.9 % dijo haber hecho turismo en el municipio conocerlo y en el caso de los turistas internacionales solo el 5 % dijo haber escuchado del municipio y ninguno lo había visitado. Estos porcentajes, están muy por debajo, en comparación de los municipios con mayor trayectoria y reconocimiento.

- **Falta de servicio de internet en las zonas turísticas.**

Ninguno de las iniciativas turísticas del municipio, tiene servicio de internet inalámbrico (Wii Fi) para los turistas, lo cual en la actualidad genera insatisfacción en muchos de los turistas que los visitan, pues para ellos este un medio básico de comunicación. A diferencia de ello, la mayoría de las iniciativas turísticas rurales de carácter privado, si cuentan con este servicio, el cual es muy apreciado por los turistas. Esto denota un rezago por parte de las iniciativas del municipio, en cuanto a estar a la vanguardia en los requerimientos del turista.

- **Inexistencia de formas de pago por tarjetas de crédito o débito.**

Este tipo de servicio se considera muy especializado para las iniciativas turísticas del municipio, dada la naturaleza y particularidades de la modalidad, esto es bien evidenciado porque en todas ellas se muestra una carencia significativa en el acceso a tecnologías que faciliten los procesos operativos, esta deficiencia genera una desventaja en la competitividad de estos lugares respecto de otros, que si están incorporando el pago por medio de terminales de punto de venta.

- **Falta de plataforma electrónica para la reservación de servicios turísticos.**

Esta carencia limita la competitividad de las iniciativas, puesto que hoy en día los clientes son cada vez más exigentes, buscando alternativas más acordes al estilo de vida que impera actualmente, donde el comercio electrónico es una realidad que facilita muchas de las actividades que se desarrollan cotidianamente, de manera que hacer turismo, organizar una salida turística ya no está desligado de este contexto.

- **Limitada capacidad de inversión para la mejora de los servicios turístico en las iniciativas.**

Una limitante muy importante de las iniciativas de turísticas de Tecoluca, la cual es una constante en el TRC en general, es la débil capacidad de inversión de estas iniciativas, ya sea para ampliar o bien para mejorar sus servicios. Esta debilidad radica, en mínimos recursos que poseen sus socios/as, ya que se trata de campesinos/as, productores/as y pecadores que viven en las comunidades, y que han sido beneficiados con el apoyo de proyectos de cooperación para emprender estas iniciativas.

Las posibilidades de invertir queda supeditada al apoyo que puedan obtener, a partir de la gestión con la municipalidad, los programa de las instituciones de gobierno como MAG, MINEC o MITUR y con Organizaciones No Gubernamentales.

- **Falta de esfuerzos en la recuperación y conservación del Sitio Arqueológico de Tehuacán y el Museo de Guerra de La Sabana**

Actualmente no existen acciones sistemáticas orientadas a la recuperación y conservación de los patrimonios culturales que posee el municipio, específicamente del sitio arqueológico de Tehuacán y del Museo de Guerra de la comunidad La Sabana.

En el caso del Tehuacán, hay un proceso de saqueo, por parte de las comunidades aledañas, pues al no estar protegido, es objeto de búsqueda de vestigios que son comercializados por los lugareños. En cuanto al Museo, este se encuentra en disputa en la comunidad, pues está en propiedad privada y ello ha llevado a que no se le da el mantenimiento adecuado por lo que se ha deteriorado al grado de haberlo cerrado.

En ambos casos, no se vislumbra un interés de parte de ninguna institución de gobierno central o local por solucionar esta situación.

- **Falta de mantenimiento en la infraestructura, mobiliario y equipos para los servicios turísticos.**

La totalidad de las iniciativas turísticas carecen de un programa de mantenimiento de la infraestructura, mobiliario y equipo con que cuentan, lo cual se justificó en los limitados recursos financieros ya que los ingresos no son suficientes y apenas les permiten cubrir los costos mínimos para seguir operando. Lo anterior lleva a que algunas instalaciones y solo se realicen actividades de reparación a partir del apoyo de nuevos recursos y no a partir de los ingresos de las mismas operaciones.

Entre la infraestructura que presenta deterioro, podemos señalar:

- | | |
|--|---|
| - Cabañas en todas las iniciativas | - Senderos y Jardines |
| - Señalización de lugares y senderos | - Asientos y techos de lanchas |
| - Mobiliario de hostales como mesas, bancas y camas | - Ranchos de sitios turísticos y mesas a intemperie |
| - Muelles para embarcadero de lanchas | - Otros locales: Auditorium, museos y locales de capacitaciones |
| - Equipos en restaurantes: refrigeradores, cocinas y mostradores | |

- **Limitados recursos de la alcaldía para el desarrollo del tema turístico.**

La municipalidad no dispone de recursos financieros suficientes, para realizar inversiones en turismo, pues el marco de prioridades está dominado por necesidades más básicas, como: infraestructura vial y comunal, agua potable, salud, los servicios municipales entre otros. Por lo que la única posibilidad de inversión en turismo, está supeditada a la gestión de cooperación que la municipalidad pueda obtener a partir de la cooperación internacional.

- **No ha habido un esfuerzo de sensibilización de las comunidades en la importancia del turismo.**

A pesar que de la ejecución de los proyectos que han dado lugar a las actuales iniciativas turísticas comunales y municipales existentes en el municipio, no se ha realizado ningún esfuerzo de sensibilización orientados a las comunidades donde están enclavadas tales iniciativas.

Por lo tanto, no se han creado las condiciones para generar actitudes más proactivas y cooperación de parte de las comunidades hacia la promoción del turismo, ello se pueden observar en cuanto a deterioro por mal uso de la infraestructura turística, el mal manejo de los desechos sólidos, la cortesía con el turista y la realización de acciones que afectan el turismo.

- **Las iniciativas no están accediendo a programas de apoyo al turismo rural.**

Pese a que las iniciativas de turismo del municipio, son bajo la modalidad de TRC, están no están accediendo a algunos programas que de apoyo gubernamental, lo cual se debe a diversas razones tales como:

- Ninguna está inscrita en el Registro Nacional de Turismo (RNT) que maneja el MITUR, ello se debe a que el RNT no admite figuras jurídicas que no sean sociedades por lo que no contempla ni cooperativas, ADESCOS o grupos solidarios. Ello limita el aplicar al financiamiento especial al sector o bien ser beneficiado de promoción turística.
- No hay una gestión coordinada entre las iniciativas para acceder a programas de instituciones como MAG o MINEC, lo cual se ha traducido en mínimos beneficios recibidos de estos programas.

- **Deficiente señalización e información sobre los sitios turísticos del municipio.**

La señalización de los sitios turísticos del municipio, es mínima, pues apenas se identifican la zona eco turístico de La Pita y El Parque Tehuacán, con una pequeña valla cada uno, los cuales resultan insuficientes para los turistas.

Por otra parte, no existen mapas turísticos del municipio, que puedan estar disponibles en la web o bien impresos en promocionales, la identificación que se dispone es por separado de cada sitio, por lo que no se puede tener una visión integral de todo el municipio.

- **No participación en la Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario (Alcaldía, Iniciativas y CDT)**

La no participación de la municipalidad, las iniciativas o bien el CDT en el espacio de la Mesa Nacional de Turismo Comunitario, la reconocemos como una debilidad, pues esta ausencia del espacio, le coarta la posibilidad de acceder a beneficios que dicha participación conlleva, tales como:

- Articular esfuerzos de promoción con otras experiencias de TRC
- Incidir en planes y políticas en favor del TRC
- Participar en un dialogo permanente sobre tendencias del TRC
- Formar parte de propuestas nacionales de TRC para el exterior
- Participar en ferias de promoción del TRC
- Participar el programas de formación sobre TRC

- **Insalubridad ambiental generalizada por la escasa cultura de responsabilidad ambiental turista nacional.**

Una debilidad atribuible especialmente al turista nacional visita estos destinos, es la falta de una educación ambiental y cultural, lo cual es esencial para el manejo sostenible de este tipo de turismo. Se trata de un turismo que suele ser degradante de los recursos, pues contamina, altera o deteriora los medios naturales y culturales, mediante prácticas como:

- Mala disposición de la basura que genera
- Contaminación con ruido en ambientes naturales
- Irrespeto al medio natural: cortar plantas o dañar animales
- Irrespeto a tradiciones culturales
- Irrespeto a normas de convivencia

- **Inaccesibilidad de algunas zonas en ciertos periodos de invierno.**

En Tecoluca, se ha vuelto recurrente el difícil acceso, que se da a la zona turística de La Pita en época de invierno, ya que por el tipo de calle (tierra), existe un tramo de 7 kilómetros que se vuelven intransitables para vehículos livianos, en al menos unos 2 a 3 meses en la época invernal.

Así mismo existe un riesgo sumamente elevado de una inaccesibilidad total, a la parte sur del municipio, donde se encuentran varias iniciativas turísticas, cuando existen inundaciones por depresiones o tormentas tropicales o huracanes, lo cual significa la paralización total de la actividad turística en casi todo el municipio. Esto ha sido una situación recurrente en los últimos años, por lo que más que una amenaza, se ha vuelto una realidad que se repite al menos cada dos años.

d. AMENAZAS

- **Continuar con carencias o ausencia de Políticas y estrategias efectivas de Desarrollo integral del turismo en El Salvador por parte de las instituciones del gobierno rectoras del sector.**

Sin lugar a dudas los cambios de Gobierno Central dificultan la continuidad en los planes estratégicos desarrollados, interrumpiéndose con ello, el fortalecimiento del sector, ya que es claro que cada Gobierno tiene una visión distinta hacia el sector, si se reflexiona sobre el Plan 2014 y Plan 2020, elaborados en la gestión de los Gobiernos anteriores, sus objetivos difieren considerablemente de la actual Plan del sector turístico, anteriormente era convertir a El Salvador en un referente internacional para el turismo de convenciones y, a partir de ahí, que los beneficios se extendieran a los demás tipos de turismo, en la actualidad se trata de dinamizar el turismo interno, de prestar atención a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES); todo un panorama distinto entre ambas estrategias, si en el futuro se sigue con esta tendencia, difícilmente el Sector Turístico podrá desarrollarse integralmente, si no existe una política clara a largo plazo, que beneficie a todos los actores involucrados.

- **Continuar sin ser reconocido el TRC como parte del marco institucional y político del país hacia el Sector Turismo.**

Esta dificultad que presenta esta modalidad de turismo, no ha permitido un mayor avance en el tema, puesto es de destacar que hay que enfrentar un contexto actual, donde el marco institucional no corresponde a las necesidades que urge el sector turístico en general, para el caso del TRC, se afronta a una diversidad de disposiciones que han frenado su desarrollo, entre ellas están:

- No es reconocida como parte de la oferta turística del país, puesto que no se cuenta con una Política explícita de fomento del Turismo Rural Comunitario, que la reafirme como actividad socio económica estratégica para el desarrollo de las comunidades y territorios rurales y que lo contemple como parte de la estrategia más amplia de desarrollo en el país.
- La modalidad de turismo está excluida de participar en los espacios de decisión, que afectan el desarrollo del turismo en el país, no se cuenta con representantes del sector de turismo rural comunitario y de base local, en las estructuras de tomas de decisión de la política de turismo (CORSAUR).

- Las iniciativas de TRC, no han podido acceder a los incentivos y beneficios que la actual Ley de Turismo promueve a las inversiones que apuesten al sector turístico, sobre esto los diferentes requerimientos son muy rigurosos, que limitan el acceso: la condición de estar dentro del Registro Nacional de Turismo, establece que las empresas deben contar con “escrituras” públicas registradas en el registro de comercio, aspecto que muy difícilmente se puede superar por ser iniciativas de carácter organizativo social (ADESCOS, Grupos Solidarios y Cooperativas).
- **La falta de experiencias exitosas a nivel nacional del TRC en materia de sostenibilidad económica, que desmotiva y resta credibilidad a esta modalidad de turismo comunitario a pequeña escala**

Por ser una modalidad incipiente, no es posible hablar de experiencias exitosas, puesto que hasta el momento no existe un referente como tal, sobre todo a nivel económico, dado que el turismo se desarrolla sobre bases de organización social rural, en comunidades pobres, es aún dificultoso ver resultados en corto plazo, si hacemos referencia a las iniciativas que tienen un mayor avance pero aún son economías de subsistencia, Cooperativa Los Pinos en el Municipio de El Congo y la Cooperativa El Espino en San Salvador, Centro Turístico Puerto San Juan en Suchitoto, El ANP del municipio de Cinquera y la Ruta de Paz en Morazán, muchas de ellas nacieron por efecto de la fuerte la crisis agrícola y la falta de opciones productivas, que desato la recesión económica en el 2009, pero que aún tratan de ir superando diferentes condiciones adversas que frenan su crecimiento, entre ellas debilidades en las áreas de comercialización (poca imagen comercial, nula vinculación a operadores de turismo), financiamiento (deficiente respaldo financiero e incentivos) y débil enfoque a las actividades turísticas (falta de tecnificación).

Ante este panorama aunado a los niveles de subsistencia de las iniciativas existentes en el municipio de Tecoluca, puede desembocar en la desmotivación por impulsar iniciativas turísticas, como alternativas económicas, para la vida de las comunidades.

- **Incremento en la tasa de desempleo del Municipio**

Existe esa posibilidad ante los siguientes puntos:

- Al funcionar las iniciativas turísticas existentes a nivel de subsistencia, por el bajo flujo turístico, estas operan con el mínimo de personal y solo incrementan el número en las temporadas altas.

	Personal permanente (No. de personas)	Personal eventual * (No. de personas)
Parque Tehuacán	13	4
Hostal Lempa Mar	2	2
Isla de Monte Cristo	1	1
Zona Turística de Tasajera	3	3
Polígono Solidaridad	2	2
Total	21	12

*Transportistas (lancha y vehículos), guías, cocineros, meseros.

- El desincentivo de nuevas inversiones por parte de otros grupos comunitarios en emprender nuevas iniciativas, limita la apertura de nuevos puestos de trabajo en la actividad.

Por lo anterior el sector turismo no se convierte en el motor de dinamización de la economía del municipio, situación que se suma a la ya insostenible realidad que viven los restantes sectores económicos (agricultura, pesca y ganadería) que se desarrollan en el territorio.

- **Aumento en los niveles de migración del Municipio**

El contexto que se vive en el sector turístico en el municipio, sumado a las pocas oportunidades laborales en otros sectores de la economía, no permiten la generación de alternativas de empleo, a nivel local, lo que conlleva a desplazamiento hacia los centros urbanos o hacia el exterior del país de la mano de obra, especialmente de los jóvenes.

- **La variabilidad climática y degradación ambiental generan una constante vulnerabilidad del territorio del Bajo Lempa en el Municipio de Tecoluca a desastres naturales, especialmente inundaciones.**

La frecuencia de eventos extremos que afectan directamente a El Salvador aumentó extraordinariamente, en los últimos años, siendo el territorio del Bajo Lempa, uno de los puntos de mayor vulnerabilidad territorial, ante la ocurrencia de huracanes, tormentas o depresiones tropicales. Las inundaciones en el territorio son dadas por las lluvias o por el desbordamiento del Río Lempa, las inundaciones causadas por la DT12E en octubre de 2011, fueron las mayores registradas, debido a su duración y a los altos niveles de agua, si se comparan con Mitch, Stan e Ida. Asimismo se conoce que en la zona los principales flujos de inundación en el Bajo Lempa están en función de las descargas de la represa 15 de Septiembre, que son controladas por la Comisión Hidroeléctrica del Río Lempa (CEL) quien usa su propio criterio para operar las descargas del vertedero.

- **El crecimiento de competencia agresiva de otros destinos turísticos rurales cercanos de propiedad privada.**

Para esta parte se consideran los destinos turísticos con mayor cercanía al Municipio de Tecoluca, según este criterio se detalla como competencia directa a las iniciativas privadas ubicadas dentro de la Región de Los Nonualcos, entre estas:

- La Cueva del Pistolero, en el Municipio de San Juan Talpa.
- Parque eco turístico el Cristo Negro, el Municipio de San Pedro Masahuat.
- La Cueva de Anastasio Aquino, en el Municipio de Santiago Nonualco
- La finca La Montañita se encuentra ubicada en el Municipio de San Pedro Nonualco
- Las Moliendas, en el Municipio de San Rafael Obrajuelo

- **Fuerte competencia por destinos turísticos rurales ubicados en rutas turísticas con mayor reconocimiento a nivel nacional.**

Es necesario resaltar que en este apartado se detallan aquellas iniciativas pertenecientes a rutas tanto de turismo rural de carácter privado como comunitarias rurales, entre estas se mencionan:

Rutas Turísticas	Ubicación
Ruta de las Flores	Nahuizalco, Salcoatitán, Juayúa, Apaneca, Ataco, Tacuba.
Ruta Artesanal	Cihuatán, La Palma, San Ignacio, Citalá, El Pital, San Sebastián, Ilobasco, Suchitoto.
Ruta Mil Cumbres	Bahía de Jiquilisco, Bosque Chahuantique, Ciudad de Alegría, Laguna de Alegría, Ciudad de Berlín.
Ruta de La Paz	Desarrollada en el norte del Departamento de Morazán, la cual incluye 11 pueblos, en su mayoría iniciativas comunitarias, así como iniciativas privadas.
Ruta de Las Moliendas	San Vicente (Apastepeque, San Vicente, Verapaz, Guadalupe, santo domingo), aunque también hay en los departamentos de Cabañas y Cuscatlán.
Ruta del Café	Jayaque
Ruta rural cultural	Esta ruta comprende visitar los pueblos de Concepción de Ataco, Nahuizalco, Ilobasco, La Palma, San Sebastián y Ruinas de Cihuatán.

- **Un posible cambio de gobierno municipal que difiera sobre las prioridades y estrategias a este sector.**

Ante este panorama es posible que el sector se vea desfavorecido, puesto que hasta este momento es la Alcaldía Municipal, el ente que mayormente ha venido impulsándolo en sus estrategias económicas, desde que ha permanecido en el poder municipal desde 1996, se vislumbra que en el proceso de transición como suele ocurrir generalmente, existen cambios en las prioridades, revalorando el uso de los recursos, etc. mientras tanto el trabajo desarrollado queda detenido, debilitando o deteriorando el proceso de evolución, el cual al ser retomado nuevamente tendría que replantearse según el enfoque o visión del nuevo gobierno.

- **La continuidad del país en niveles bajos de posicionamiento, como un destino turístico atractivo, en aspectos como inseguridad, intolerancia y baja calidad de vida**

Según el índice mundial, Country Brand Index (CBI), en su séptima edición 2011-2012, posiciona a El Salvador entre los últimos países del mundo: lugar 109 entre 113, en marca país ante el mercado internacional, de acuerdo a la consultora Future Brand⁸ este ranking se establece a partir de 5 dimensiones claves: turismo, calidad de vida, patrimonio cultural, sistema de valores y clima de negocios.

El Salvador se definió como el país de América Latina peor evaluado pese a que mantiene estabilidad sociopolítica, respeta la libertad de prensa, tiene nivel de vida y clima de negocios. Los

⁸ Mide los niveles de conocimiento, familiaridad, preferencia, consideración, recomendación y decisiones activas para invertir, visitar o interactuar con un determinado lugar, este índice es de utilidad ya que permite a los gobiernos identificar debilidades y “construir una fuerte imagen e identidad nacional.

señalamientos negativos corresponden a que se tiene un poco desarrollo en la especialización de la actividad turística, bajo rendimiento en la protección medioambiental y una alta percepción de la corrupción en las instituciones. La valoración para el país en TURISMO (Se ubicó en la posición 109 de 113 países. Los puntos que se deben mejorar, son los relacionados a vida nocturna, hospedaje, atracciones y comida)

- **La recesión económica en potenciales mercados (Europeo, Norteamericano, El Mercado Nostálgico y Los Centroamericanos)**

Los problemas que acosan a la economía mundial son múltiples e interconectados que impactan negativamente a los países en desarrollo debido a las relaciones económicas, volviéndolos vulnerables a los cambios en las condiciones económicas de las economías desarrolladas. Ante este panorama actualmente el sector turismo prevé una caída de los ingresos en turismo receptivo, ante la contracción de la demanda turística (llegadas por turismo internacional) principalmente de los países europeos (apogeo de la crisis de la zona euro), norteamericanos (que tiene una recuperación lenta de su economía), los salvadoreños en el exterior y el turismo de la región, quienes ven afectados sus presupuestos en este rubro, al destinar sus recursos hacia otras necesidades, dada la incertidumbre que generan las condiciones actuales.

- **Degradación de los recursos naturales del municipio por bajos niveles de conciencia ambiental y altos niveles de pobreza: bosque salado, bosque del Parque Tehuacán, Rio Lempa**

En el país todavía persiste una escasa cultura de responsabilidad y cumplimiento ambiental que se traduce en comportamientos individuales y colectivos que responden a la gravedad de la problemática ambiental que la mayoría reconocemos⁹, situación que el Municipio de Tecoluca puede aumentar la vulnerabilidad frente a las amenazas naturales.

- **Que exista desinterés por el rescate y conservación del patrimonio cultural e histórico del municipio por parte de las instituciones y la población.**

La falta de sensibilización existente hoy en día, en el tema cultural dentro del Municipio, sobretodo principalmente en las escuelas, puede conllevar en un futuro a la pérdida de conciencia de la sociedad por mantener los vestigios que representan su identidad cultural, o en el peor de los casos a olvidarlos. Otro factor que incide negativamente es la falta de programas de protección hacia los espacios físicos (principalmente el sitio Arqueológico de Tehuacán) desde el gobierno central y Alcaldía, que de continuar con el evidente saqueo actual, por parte de las comunidades aledañas, se corre el riesgo de perder la riqueza patrimonial no solo del Municipio sino del país.

⁹ Desechos arrojados por todos lados en caminos, calles, carreteras, quebradas, ríos, lagos, esteros y costas; tóxicos abandonados o enterrados en medio de asentamientos poblacionales; vertidos contaminantes descargados sin tratar directamente a los cuerpos de agua; lotificaciones y proyectos urbanísticos que cambian el uso del suelo sin medir las consecuencias ambientales y en la generación de riesgos; proyectos de inversiones públicas y privadas que sistemáticamente ignoran los grandes impactos ambientales negativos en su formulación o que presuponen que esos impactos son un costo necesario e inevitable del desarrollo.

- **Persistencia de hábitos de vida modernos, y transculturizados, que generen desinterés del turista nacional por conocer sobre formas de vida rural, sostenibilidad y patrimonio cultural**

Según Marroquín, 2006, asegura que los salvadoreños en general tenemos una identidad poco definida y por ello, junto al efecto de los medios de comunicación, es sencillo que otras culturas influyan en la nuestra. Ante este contexto, desde el punto de vista del TRC, este fenómeno, representa una amenaza significativa dado que esta en contraposición al concepto que desarrolla, de rescatar la cultura viva, con todas las manifestaciones que representan la manera de vivir del salvadoreño en las zonas rurales, si la sociedad urbana, quien aporta el mayor porcentaje de turistas internos, sigue la tendencia de modificar aspectos de su cultura, de manera muy fuerte y acelerada, es lógico que se vayan perdiendo costumbres, tradiciones, el interés por preservar lo nuestro (patrimonios), el respeto por las formas de existencia rural.

- **La situación económica nacional limita la práctica de turismo interno.**

Este aspecto es sin duda un área de incidencia fuerte para la práctica del turismo interno, dada la tendencia en los últimos años, al encarecimiento del costo de la vida en el país, producto de los shock externos en la economía mundial (desaceleración de la economía estadounidense y recesión económica en la zona Euro, variabilidad climática-perdida de cultivos-, etc.), que se evidencian en un costo de la Canasta básica alimentaria alto, salarios bajos, desempleo etc. que limita, que una buena parte de la población salvadoreña, pueda destinar parte de su presupuesto a actividades de recreación y turismo, puesto existen otras necesidades más prioritarias.

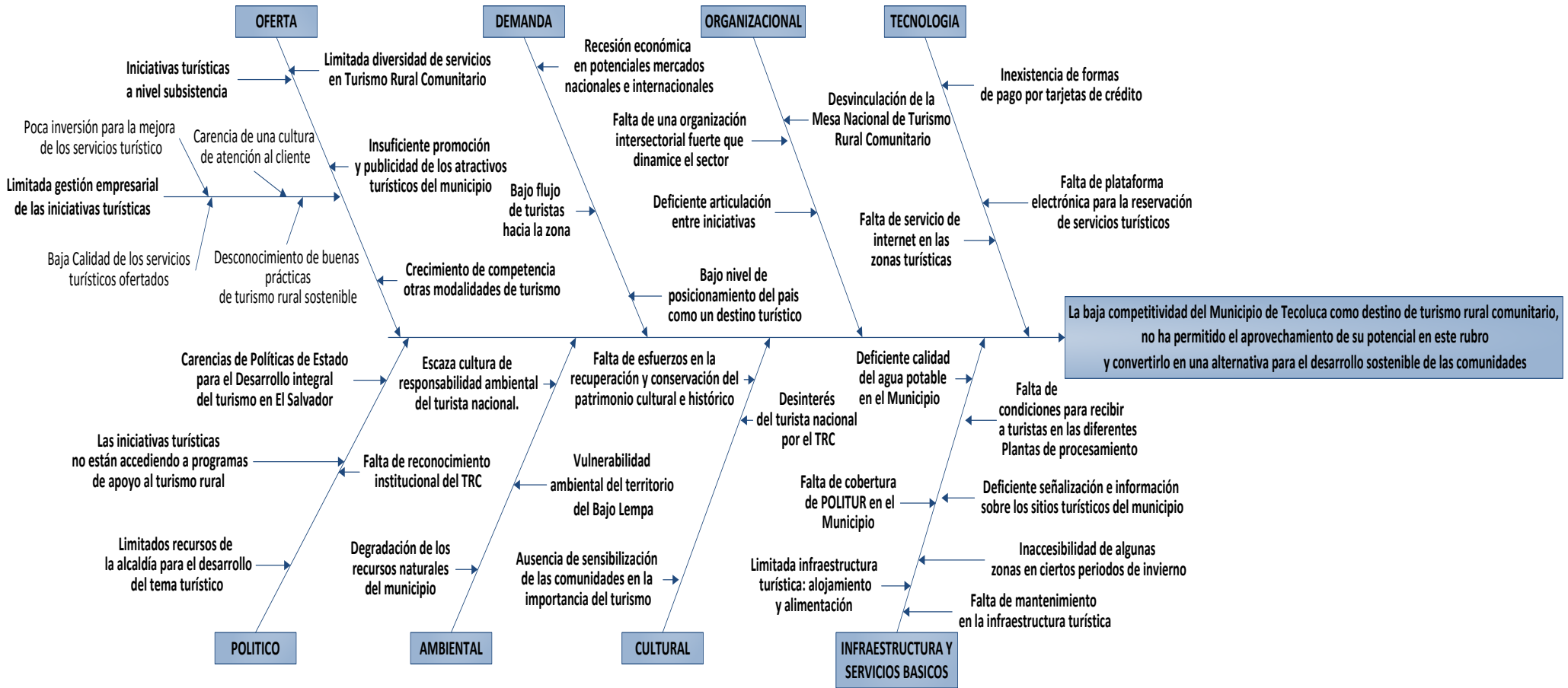
- **El crecimiento descontrolado del turismo de masas que impacta negativamente en el medio ambiente y no contribuye a la mejora a la calidad de vida de las comunidades.**

Este crecimiento desmesurado de la modalidad de turismo de masas, en muchos de los casos se refleja principalmente en el deterioro del medio ambiente, ya que se supera la capacidad soportante de los recursos naturales o culturales existentes en el lugar en que se desarrolla, por el elevado volumen de turistas que participan en él y el alto grado de concentración espacial que lo caracteriza. Según PRISMA 2012, en el país las playas donde no se han respetado las dinámicas de la marea y la vegetación natural ya están sufriendo críticos procesos de erosión.

2. DIAGRAMA DE CAUSA Y EFECTO

Para tener un panorama más conclusivo en este Diagnóstico, se dispuso hacer uso de la Técnica Ishikawa (Diagrama de Causa y Efecto), a manera de representar todos aquellos elementos del sistema (causas) que están incidiendo considerablemente en el problema identificado (efecto), por tanto en esta parte se procedió a identificar todas las posibles causas relacionadas con el problema a partir de los factores críticos identificados en el FODA, teniéndose:

Diagrama de Causa y Efecto



Por lo tanto del análisis hecho a las correlaciones entre causas y efecto, contenidos en el Esquema Causa-Efecto, se llegó a establecer que en el Municipio de Tecoluca el Sector turístico, en la modalidad de Turismo Rural Comunitario, presenta como problema central:

"La baja competitividad del Municipio de Tecoluca como destino de turismo rural comunitario, no ha permitido el aprovechamiento de su potencial en este rubro y convertirlo en una alternativa para el desarrollo sostenible de las comunidades".

El análisis de la priorización de la solución para la problemática planteada puede verse detallada en Anexo 3.3.

CAPITULO IV: ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE TRC EN EL MUNICIPIO DE TECOLUCA

A. Planteamiento de la Estrategia General

Después de haber realizado en el capítulo anterior, el diagnóstico del TRC a nivel nacional y específicamente en el municipio de Tecoluca, y además considerando el marco referencia y teórico desarrollado en los capítulos previos, procedemos a plantear la Estrategia General para el Desarrollo de Turismo Rural Comunitario en el Municipio de Tecoluca, como el medio general que permitirá contribuir a la solución de los problemas planteados y priorizados en el diagnóstico.

Enunciación de la estrategia: **“Potenciar el Turismo Rural Comunitario en el municipio de Tecoluca, como mecanismo dinamizador del Desarrollo Sostenible a nivel económico, social, ambiental y cultural”**.

La Estrategia General, se sustenta en que el TRC, se presenta como una potencial y efectiva herramienta que puede contribuir a la consecución del Desarrollo Local Sostenible de las Áreas Rurales, ya que permite integrar una diversidad de actividades productivas, prestación de servicios, aspectos culturales e históricas y ambientales que se dan en los territorios y que son gestionados por las mismas familias de las comunidades, siendo estos los componentes esenciales del enfoque de Turismo Rural Comunitario, generándose así nuevas fuentes alternativas de ingresos para las comunidades rurales, a través del aprovechamiento de los recursos existentes en las mismas y su entorno, beneficiando directamente a las familias rurales, aglutinadas en asociaciones cooperativas, asociaciones de desarrollo comunitario, grupos solidarios u otras expresiones asociativas.

1. OBJETIVOS

La presente propuesta de Estrategia de Desarrollo del Turismo Rural Comunitario, pretende los siguientes objetivos:

a. Objetivo General

Diseñar una Estrategia para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Municipio de Tecoluca, que mejore su competitividad como destino de turismo rural comunitario, permitiendo el aprovechamiento de su potencial en esta modalidad de turismo, a fin de que se convierta en una alternativa que contribuya a la mejora en las condiciones vida de las comunidades con sostenibilidad.

b. Objetivos Específicos

- i. Establecer un Plan de Capacitación de personal de dirección, técnico y operativo, actual y potencial de las diferentes iniciativas turísticas del municipio, mediante el desarrollo de módulos que garanticen las competencias necesarias para el desarrollo del TRC en Tecoluca.

- ii. Diseñar un Plan Organizacional para el Comité de Desarrollo Turístico de Tecoluca, considerando su marco legal, elementos organizativos y de funcionamiento del mismo, a fin de que se constituya en el ente dinamizador del TRC en el municipio.
- iii. Formular un Plan de Desarrollo de Productos Turísticos para el Municipio, que comprenda la diversificación y mejora de los productos turísticos existentes, el establecimiento de rutas y paquetes que permitan generar una oferta turística competitiva bajo la modalidad de TRC.
- iv. Elaborar un Plan de Marketing para el TRC de Tecoluca, que comprenda la segmentación de mercados metas, los pronósticos y las estrategias de mezcla de marketing adecuadas, a fin de posicionar a Tecoluca como un destino turístico importante y diferenciado a nivel nacional.
- v. Formular un Plan de Gestión e Incidencia de TRC para el municipio de Tecoluca, que establezca las estrategias y acciones básicas que permitan la articulación del Comité de Desarrollo Turístico del municipio, con diferentes actores públicos y privados, locales y nacionales vinculados el turismo, con el propósito de obtener la cooperación técnica, material o financiera para potenciar la presente Estrategia de Desarrollo del TRC del municipio.
- vi. Diseñar un Plan de la Gestión de la Calidad del TRC de Tecoluca, aplicando las buenas prácticas de turismo y estableciendo las acciones para la mejora continua.
- vii. Establecer los requerimientos de recursos humanos, materiales, equipos, infraestructura e intangibles necesarios para la implementación y funcionamiento de cada uno de los planes que componen la presente Estrategia de Desarrollo de TRC, con el propósito de determinar las inversiones y costos de operación de cada uno de los planes y de la estrategia en su conjunto.

2. COMPONENTES DE LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE TRC EN TECOLUCA

La Estrategia de Desarrollo Turístico para el Municipio de Tecoluca, demanda de una serie componentes, que abordan decisiones, coordinaciones, propuestas, acciones, gestiones, alianzas, recursos y muchos más elementos, los cuales se han priorizado en 6 planes específicos, que si bien no son los únicos, se han considerado como los prioritarios para iniciar la ruta hacia el desarrollo del TRC en Tecoluca. A continuación se presentan los 6 planes que componen la Estrategia de Desarrollo:



3. SOSTENIBILIDAD DE LA ESTRATEGIA

Como elementos para darle sostenibilidad a la Estrategia de Desarrollo del TRC de Tecoluca, se sugieren una serie lineamientos o políticas, que pueden coadyuvar a mantener el funcionamiento del comité y todos los componentes de la estrategia, más allá de la vigencia del presente plan.

La propuesta inicial para el financiamiento de la Estrategia de Desarrollo, es convertirla en un proyecto para ser gestionada ante la cooperación internacional, para lo cual se cuenta con un coordinación entre la municipalidad de Tecoluca y la Asociación CORDES, que son las contrapartes de este estudio. En esa coordinación se pretende hacer gestión conjunta ante la cooperación internacional, especialmente la cooperación Española que ha venido apoyando proyectos en el municipio, algunos de ellos en el tema turístico.

Algunas de las posibles fuentes son:

- 1) Ayuntamiento de Islas Baleares
- 2) Agencia Española de Cooperación Internacional al Desarrollo (AECID)
- 3) PROCLADE Bética
- 4) Asociación de Cooperativas Por la Paz (ACPP)

A continuación se establecen los lineamientos complementarios, para que sean retomados por la Municipalidad, CORDES y el Comité de Desarrollo Turístico, a efectos de buscar alternativas de financiamiento o sostenibilidad en un carácter complementario a lo que se pueda obtener vía gestión de cooperación:

- a. Comité como Operador Turístico: Es decir el comité haría la actividad de operador turístico de las rutas y paquetes del municipio, sub-contratando a cada iniciativa por los servicios prestados, lo cual será quizá la principal fuente de generación de recursos del Comité de Desarrollo Turístico, esta alternativa será evaluada en el capítulo final de este estudio.
- b. Establecer Membresía para los Socios y Socias del Comité de Desarrollo Turístico. Lo cual será retribuido por todos los beneficios que las iniciativas miembros recibirían en el marco de cada uno de los planes: capacitaciones, mejora en los servicios, participar en rutas y paquetes, entre otros. La membresía podría ser mensual, anual o bien proporcional a la cantidad de beneficios recibidos, siendo hasta un 10 % de la valorización de los mismos.
- c. Desarrollo de Actividades Turísticas importantes, que sean gestionadas por el comité, en el cual se deje una comisión por parte de las iniciativas participantes, ya sea como monto fijo o como un porcentaje de las ventas. Entre estas actividades podemos señalar: Festivales, ferias y eventos, relacionados Festival del Maíz, Festival del Marañón, Festivales sobre Patrimonio Cultural y Tradiciones relacionados con Museo de La Sabana y Parque Tehuacán, Eventos sobre Medio Ambiente relacionado con las Áreas naturales, estero de Jaltepeque y Desembocadura del Rio Lempa. Estas actividades podrían desarrollarse trimestralmente a efectos de compensar las bajas de temporada del turismo.
- d. Venta de productos promocionales del municipio, relacionadas con la actividad turística, entre ellos artesanías, promocionales y productos típicos, bajo el sello del comité, estos podrían estar disponibles a lo largo de la ruta.

- e. Gestionar el apoyo con recursos financieros, técnicos y materiales, ante instituciones con trabajo en el municipio y a nivel nacional: ONG's, Municipalidad, MITUR, MARN, MISAL, MINEC, CONAMYPE, entre otros. Ante ellos se buscaría el apoyo con locales, capacitaciones, promoción y difusión, asesorías y muchos más recursos de los que disponen estas instancias.

B. PLAN ORGANIZACIONAL DEL COMITÉ DE DESARROLLO TURÍSTICO DE TECOLUCA (CDTT)

1. Introducción

El Plan Organizacional del Comité de Desarrollo Turístico de Tecoluca, propone el camino a seguir a fin de crear el instrumento organizativo que será el dinamizador de toda la estrategia de desarrollo del TRC en Tecoluca, aglutinando y articulando a todos los actores que intervienen directa e indirectamente con la actividad turística del municipio, tanto de carácter local, regional o nacional, así mismo en ámbito público como privado.

Importante destacar que si bien CDT de Tecoluca, pretende articularse con todos los actores y contar con la participación activa en estos, el comité será constituido y gobernado por las propias iniciativas turísticas: cooperativas, grupos asociativos e iniciativas familias que gestionan las empresas turísticas.

El primer apartado que aborda el plan organizacional, es la figura legal que adoptara el comité, a efectos de poder tener el reconocimiento que le permita acceder a recursos, el apoyo o realizar las gestiones necesarias para el desarrollo del TRC en Tecoluca, así mismo quienes serán los socios, sus requisitos, derechos y obligaciones, y el rol que tendrán las instituciones gubernamentales y no gubernamentales en apoyo a la misma.

Seguidamente se plantea la propuesta organizativa sugerida para el CDTT, sus definiciones estratégicas esenciales como organización y un manual de organización básico. Así mismo se incluye la identificación de los sistemas administrativos básicos para el buen funcionamiento del comité.

Finalmente en el plan organizacional de CDTT, se establecen los requerimientos de recursos humanos necesarios para la puesta en operación del comité, así como el establecimiento de los demás recursos materiales: instalaciones, mobiliario y equipos, suministros de oficina y servicios diversos que se requieran para el buen desarrollo de su trabajo.

2. Componentes

a. Propuesta Legal del CDTT

La propuesta legal del CDTT, busca dotar a la organización de una figura legal, que le permita entre otros aspectos: la apropiación de la organización al gozar de autonomía en la toma de decisiones mediante sus propios organismos de gobierno, el reconocimiento y la gestión de recursos técnicos

y financieros ante instancias de gobierno y de cooperación nacional e internacional, el establecimiento de convenios con instituciones gubernamentales y no gubernamentales, universidades y otros. Además el poder integrar una estructura formal y legal a las diferentes iniciativas turísticas del municipio, sin que comprometa la independencia de cada una. Y finalmente el poder realizar operaciones comerciales propias en aras de avanzar a la sostenibilidad de su gestión y funcionamiento. Para realizar este componente se necesita conocer las alternativas jurídicas que establece la legislación salvadoreña para grupos o redes asociativas.

1) Personería Jurídica

La asociatividad es factor fundamental y a la vez crítico para el éxito de cualquier esfuerzo de desarrollo y en el área de turismo rural comunitario no es la excepción. Los productos turísticos actuales y potenciales a ofrecer de turismo rural comunitario, necesariamente deben estructurarse pensando en la integración de los distintos recursos turísticos e iniciativas existentes en el municipio de Tecoluca. Una de las características más importantes de este tipo de producto integrado como municipio es la transmisión hacia los turistas de la identidad de la cultura local que solamente puede llevarse con éxito cuando hay una eficiente combinación de estos factores.

Las alternativas jurídicas investigadas son las que incluyen las sociedades mercantiles, en ese sentido se tiene:

i. Sociedades mercantiles en El Salvador

Las Sociedades mercantiles se constituyen por medio de un contrato que determina el nacimiento de una persona jurídica. Esta existe desde la firma del contrato y se perfecciona por medio de su inscripción en el Registro de Comercio. El contrato da lugar a un conjunto de relaciones jurídicas de carácter permanente, de los socios entre sí, y de éstos para con la sociedad. La finalidad de los contratantes es el lucro por medio del reparto de utilidades obtenidos de la explotación del negocio a que se dedique la sociedad.

En la sociedad las decisiones se toman de acuerdo a los organismos de dirección establecidos en el pacto social. Sin la personería jurídica los bienes colectivos son una simple suma de bienes, mientras que en la sociedad, los bienes son colectivos. En la simple reunión de bienes, los comerciantes responden con todo su patrimonio, mientras que en la sociedad, responden sólo con su aporte a la sociedad.

ii. Selección de Personería Jurídica para CDTT.

Para la selección de la personería jurídica, se tomó en cuenta las opciones jurídicas anteriormente mencionadas que existen en el país y que se ajustan a las necesidades del CDTT, y de acuerdo a éste se identificó la que más se acopla a la sociedad que se busca formar, considerando los objetivos del mismo y la naturaleza de sus miembros, especialmente las siguientes valoraciones:

- ✓ La representación del comité: Debe de estar compuesta por sus socios y socias representantes de las iniciativas turísticas.
- ✓ La toma de decisiones. Las decisiones del comité deberán ser aprobadas por los miembros que lo integren.
- ✓ La distribución de bienes, servicios y utilidades. Esta debe ser proporcional, de acuerdo a los resultados y aportaciones proporcionadas por cada iniciativa.
- ✓ La aportación de los socios y las socias: Los socios y las socias deberán aportar ya sea capital, recursos materiales, instalaciones o trabajo, para pertenecer a la sociedad.

Teniendo en cuenta lo anterior la sociedad que fue seleccionada para constituir a la organización de forma legal es **la sociedad colectiva**, ya que es la más apropiada de acuerdo a los criterios mencionados y a la caracterización de las personerías jurídicas para integrar a las iniciativas involucradas entre las que hay cooperativas, grupos solidarios, comités de personas, empresas familiares, ADESCOS entre otras.

La sociedad comandita simple, que es la que más se asemeja a la sociedad colectiva, está formada por socios comanditados y socios comanditarios, en el que los socios comanditarios aunque pertenecen a la sociedad no pueden ejercer acto alguno en la administración y no poseen voto en las decisiones de asamblea o junta directiva o cualquier órgano de sociedad que sea establecido, es por ello que se tomó como propuesta a sugerir al comité la SOCIEDAD COLECTIVA.

Así mismo se propone que los representantes legales de cada iniciativa en la asamblea general del CDTT, sean de preferencia los presidentes o coordinadores de las cooperativas, ADESCOS o comités de cada iniciativa turística y en el caso de las iniciativas familiares, el jefe o jefa de familia, dicha representación podrá ser rotada o adjudicada a conveniencia de cada iniciativa procurando que haya continuidad mínima de dos años en la representación a efectos que no se de tanta rotación y haya un adecuado seguimiento al trabajo del CDTT.

iii. Procedimiento de constitución de la Sociedad Colectiva del CDTT

La sociedad colectiva será constituida por personas jurídicas en calidad de socios, y su personería se realizara a través de la constitución de una escritura pública cuya elaboración será a través de un notario en la cual se establecerán las cláusulas de su representación legal la cual se registrá a través de Un Comité de Desarrollo Turístico para Tecoluca conforme a los artículos en su escritura de constitución.

La personería jurídica será de derecho privado con interés de lucro o económico constituida como sociedad de personas en nombre colectivo cuyo funcionamiento estará regulado por el código de comercio cuya inscripción será realizada en el registro de comercio.

El otorgamiento de la Escritura Pública y la inscripción en el Registro de Comercio son los requisitos comunes a la Constitución de esta sociedad, los pasos a seguir para ello son los siguientes: VER ANEXO 4.1 REQUISITOS PARA CUMPLIR NORMATIVA LEGAL POR PARTE DE LA SOCIEDAD COLECTIVA.

- 1) Constitución de la Sociedad
- 2) Número de Identificación Tributaria NIT
- 3) Número de Registro de Contribuyente IVA
- 4) Número de Identificación Patronal
- 5) Inscripción en Dirección General de Estadística y Censos
- 6) Inscripción de Matrícula de Empresa y Establecimiento
- 7) Registro del Centro de Trabajo. Reglamento Interno de Trabajo
- 8) Registro de Alcaldía y Solvencia Municipal
- 9) Libros Legales

2) Entes participantes del CDTT

En el funcionamiento del CDTT, se plantea la participación bajo dos modalidades, en carácter de socios o socias y en carácter de instituciones de apoyo.

i. Socios del CDTT

Se reconoce que el CDTT, es una organización cuyo objetivo principal será trabajar por el desarrollo del turismo rural comunitario de TECOLUCA y los principales protagonistas deben ser las iniciativas turísticas comunitarias, es decir las cooperativas, las ADESCOS, los grupos solidarios, los comités de jóvenes o de mujeres o cualquier otra expresión organizada a nivel comunitario que esté desarrollando o potencialmente pueda prestar servicios turísticos.

Considerando la concepción de Turismo Rural Comunitario de Base Amplia, se admitirá también como socios o socias del CDTT, aquellas iniciativas a nivel familiar o privada que actualmente existan o se puedan desarrollar, y que se articulen y trabajen creando sinergias con el desarrollo turístico del municipio, se ajusten y compartan los objetivos, principios y visión del CDTT.

La gobernanza, autonomía y protagonismo del CDTT será de los socios y socias quienes constituirán la Asamblea General de CDTT y a partir de la cual se elegirá su Junta Directiva.

ii. Instituciones de apoyo

Concedores que para potenciar el desarrollo turístico de una micro-región, territorio o municipio, se requiere el concurso de una serie de actores que tienen roles distintos pero complementarios para el desarrollo del turismo rural comunitario, se plantea la figura de un comité de apoyo al CDTT, que sin ser miembros orgánicos de la sociedad colectiva, puedan acompañar al comité, mediante el apoyo consultivo, técnico, financiero o material a fin de contribuir a los objetivos del mismo.

Dentro de este grupo gestor de apoyo al CDTT, se han identificado las siguientes instituciones u organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, que tienen presencia permanente en el municipio de Tecoluca:

- | | |
|-------------------------------------|---|
| a) Municipalidad de Tecoluca | f) Policía Nacional Civil – de preferencia POLITUR |
| b) Unidad de Salud | g) Casa de la Cultura |
| c) Iglesias católicas y evangélicas | h) ONG's: CORDES, CRIPDES, PROVIDA, PRISMA y MANGLE |
| d) Ministerio de Turismo | i) Otros Ministerios: MAG y MARN |
| e) CONAMYPE, Entre otros | |

3) Requisitos para ser socia o socio del CDT de Tecoluca

Los requisitos establecidos para ser socia o socio, son:

- a) Cualquier iniciativa empresarial comunitaria o familiar que preste servicios que se puedan vincular a la actividad turística rural.
- b) Ser mayor de dieciocho años de edad para representar a una iniciativa turística comunitaria ante el CDTT.
- c) La Iniciativa turística debe estar situada en el municipio de Tecoluca.
- d) La iniciativa debe compartir la filosofía del Turismo Rural Comunitario.
- e) La iniciativa turística puede estar en funcionamiento o ser nueva.
- f) Las iniciativas interesadas en ingresar al CDTT deberán solicitarlo en forma escrita a la junta directiva. La junta directiva al comprobar que el solicitante cumple con los requisitos establecidos en los literales anteriores, lo someterán a Asamblea General para que sea aprobada por medio de acuerdo.

4) Derechos y Obligaciones de los miembros

Son derechos de las socias y los socios del CDTT:

- a) Participar con voz y voto en las asambleas generales, a través de su representante ante la misma.
- b) Asistir con puntualidad a las sesiones de la Asamblea General previa convocatoria escrita u oral.
- c) Presentar propuestas y sugerencias a la Asamblea General.
- d) Elegir y ser electo para un cargo en la junta directiva.
- e) Proponer el ingreso de nuevas iniciativas para ser asociados.
- f) Ser beneficiados de los recursos materiales, financieros, servicios técnicos, capacitaciones y privilegios que brinde el comité.
- g) Las demás que se establezcan en los planes de trabajo del CDTT.

Son obligaciones de las socias y los socios del CDTT:

- a) Asistir a las Asambleas Generales y acatar los acuerdos válidamente adoptados por los Órganos del CDTT.
- b) Ocupar los cargos para los que resulten elegidos y desempeñar fielmente las obligaciones inherentes a los mismos.
- c) Cumplir fielmente con los principios y valores establecidos por el CDTT.
- d) Participar y realizar cuantas tareas les sean encomendadas por la Asamblea General, la Junta Directiva o las Comisiones o Comités que pudieran crearse.
- e) Cumplir los demás deberes que resulten de los preceptos legales y estatutarios o de los acuerdos válidamente adoptados por CDTT, tales como: representaciones, participar en eventos, acatar disposiciones, cumplir con aportaciones en dinero o especies entre otras.

b. Propuesta Organizativa del CDTT

1) Misión

Somos un Comité que promueve el Desarrollo Turístico Rural Comunitario del municipio de Tecoluca, articulando y potenciando las capacidades de las diferentes iniciativas turísticas para contribuir al desarrollo socio-económico sostenible de las comunidades, rescatando y protegiendo el patrimonio histórico, cultural y medio ambiental.

2) Visión

Ser un comité consolidado que ha posicionado a Tecoluca, como un destino turístico rural comunitario competitivo con reconocimiento a nivel local, nacional e internacional y que contribuye de esa manera al desarrollo sostenible de sus comunidades.

3) Principios y Valores

Como principios y valores rectores del trabajo del Comité de Desarrollo del TRC de Tecoluca tenemos, los siguientes:

- | | |
|--------------------|----------------|
| a) Transparencia | f) Solidaridad |
| b) Responsabilidad | g) Diversidad |
| c) Equidad | h) Integridad |
| d) Asociatividad | i) Honestidad |
| e) Compromiso | j) Excelencia |

4) Objetivos

Objetivo General:

Desarrollar el Turismo Rural Comunitario del Municipio de Tecoluca, mediante el aprovechamiento de sus recursos naturales y culturales, el desarrollo de capacidades locales y la concertación de actores públicos y privados que trabajan en el territorio, con el fin de contribuir a mejorar las condiciones integrales de vida su población.

Objetivos Específicos:

- i. Promover el posicionamiento del municipio de Tecoluca como un destino turístico rural comunitario reconocido a nivel nacional e internacional.
- ii. Fomentar el desarrollo de nuevos emprendimientos económicos innovadores, rentables y sostenibles en el área del TRC en el municipio.
- iii. Potenciar el desarrollo de las iniciativas de TRC existentes basado la mejora de sus capacidades, la diversificación de los servicios y la asociatividad a escala municipal.
- iv. Trabajar de forma coordinada con la municipalidad e instituciones públicas y privadas con presencia en el municipio y formar alianzas a escala regional y nacional.
- v. Fomentar el desarrollo del recurso humano local a través de la formación en diferentes ámbitos empresariales, y técnicos para disponer de personas calificadas, y motivados que aporten al TRC en Tecoluca.
- vi. Promover la mejora continua como estrategia para el éxito y sostenibilidad del Comité a través de la disposición de una organización eficiente y la autogestión de recursos.

- vii. Promover la competitividad de las iniciativas individuales y colectivamente mediante el aumento de la productividad y rentabilidad de las iniciativas turísticas existentes y su integración en mercados más dinámicos.
- viii. Atraer inversiones públicas y privadas en actividades económicas, infraestructura y equipamiento necesario para el desarrollo TRC en Tecoluca.

5) Políticas

- a. Crear espacios de participación para las personas o grupos no socios, que quieran emprender iniciativas en turismo y ayudar al desarrollo del mismo.
- b. Todas las actividades turísticas se harán considerando la protección y/o recuperación tanto del patrimonio natural como cultural del municipio de Tecoluca.
- c. Promover la implementación de programas de mejora continua, buenas prácticas y certificación de calidad de los servicios y productos turísticos.
- d. Desarrollar Programas de Capacitación en turismo sostenible a todos los miembros de las iniciativas y de educación en turismo a la población en general del municipio espacialmente a través de los centros escolares.
- e. Formalizar convenios de cooperación con organizaciones de apoyo.
- f. Desarrollo del Producto Turísticos innovadores de manera permanente
- g. Gestión y Planificación Participativa de la gestión del Turismo Rural Comunitario
- h. Fortalecimiento Institucional mediante la gestión y cooperación técnica y financiera a nivel de instituciones nacionales e internacionales.
- i. Contratar personas de la comunidad para la realización de las actividades turísticas en la que se requiera personal, y brindarles la adecuada formación para el mismo.

VER ANEXO 4.2 DE MANUAL DE ORGANIZACIÓN DE CDT DE TECOLUCA.

C. Propuesta de funcionamiento del CDT de Tecoluca.

1) Sistema operativo y administrativo básico para el funcionamiento

El comité deberá contar con los siguientes sistemas operativos y administrativos básicos que le permitan desarrollar las diferentes actividades y alcanzar los objetivos de una manera ordenada y controlada, para ello dispondrá de los siguientes procedimientos:

- a) **RESERVACIÓN DE PAQUETES TURÍSTICOS:** Los clientes tienen la oportunidad de realizar las reservaciones de dos formas: la primera comunicándose a las oficinas del comité y realizando la reservación vía teléfono, y la segunda consultado en la página electrónica del comité y realizando la reservación vía internet.
- b) **RECEPCIÓN DE CLIENTES Y CANCELACIÓN DE PAQUETES:** Cuando los turistas lleguen al comité deberán pasar a la recepción donde se verificará su reservación, se realizará el cobro del paquete reservado y se indicará dónde se encuentra el motorista y guía turístico que los acompañaran.

- c) **CONTRTACION DE SERVICIOS TURISTICOS A OFRECER EN LOS PAQUETES:** Se realizara un procedimiento establecido para realizar la contratación del servicio de transporte, guiado, alimentación, alojamiento y otros que se ofrecen en cada paquete con cada uno de los miembros del comité, los pasos a seguir serán los siguientes: 1. Identificar a qué paquete pertenece el paquete reservado o adquirido 2. Verificar en la lista de proveedores del servicio, cuáles se encuentran en dicho paquete 3. Contactar con el proveedor principal del servicio y verificar su disponibilidad para la fecha requerida. Si el proveedor está disponible, contratar el servicio; si no, contactar con el proveedor sustituto y contratarlo.
- d) **SISTEMA CONTABLE:** El comité deberá disponer de un sistema contable apropiado para llevar el adecuado control contable de los recursos y cumplir con las normas legales de carácter fiscal que rigen a este sector.

2) Requerimientos de Recursos Humanos para el CDTT

A continuación se establece un cuadro donde se detallan el número de personas que conformara el Comité de Turismo Rural Comunitario de Tecoluca, como propuesta inicial:

Nombre del Cargo	Naturaleza	Número de personas	Tipo de remuneración
Socios Asambleaístas	Socios	30	Ninguno
Miembros de Junta Directiva	Socios	7	Dieta
Personal Ejecutivo-Operativo	Personal	3	Salario
Personal Sub-contratado (legal informático y contable)	Sub-contratados	3	Honorarios

3) Requerimientos físicos para el funcionamiento del CDTT

Los requerimientos de recursos que demanda el funcionamiento del comité de desarrollo de TRC de Tecoluca, están referidos a diferentes aspectos, como se señala a continuación. Ver detalle de estos recursos en el capítulo de estudio económico y financiero.

i. Instalaciones físicas del comité:

El funcionamiento del CDT de Tecoluca tendrá como sede sus oficinas en el Polígono Solidaridad que administra la Asociación CORDES y se ubica en el cantón El Grifal a 300 metros de la carretera de El Litoral.

En dichas instalaciones CORDES dispone de una amplia infraestructura de la cual facilitaría al comité, dos oficinas para que sean adecuadas y pueda instalarse ahí el comité. El adecuamiento implica pintura de paredes, reparación de cielo falso y ventanas e instalación de aire acondicionado.

ii. Mobiliario y equipo

El mobiliario y equipo requerido para el buen funcionamiento de las diferentes unidades del comité, implica: mobiliario y equipo de oficina como escritorios, sillas, computadoras, cañón, cámaras, archiveros, oasis y librería. Y equipo de transporte para la movilización del personal. También se requerirá de la compra o elaboración de un software tanto para la parte contable como para la reserva de paquetes.

iii. Suministros de oficina, servicios básicos y otros

Finalmente el comité requiere de ciertos recursos o suministros consumibles para su funcionamiento, tales como servicio de agua potable, energía eléctrica, telefonía, internet, papelería de oficina y de atención al personal y socios.

C. PLAN DE DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

1. Introducción

El plan de desarrollo de los productos turísticos de Tecoluca, bajo el enfoque de TRC, se basó en el diagnóstico donde se realizó un inventario de los atractivos turísticos del municipio, tanto tangibles como intangibles, estableciendo las actividades que se pudiesen desarrollar en cada uno de los sitios o iniciativas existentes y a partir de ello definir qué servicios turísticos se pueden mejorar o fortalecer o que nuevos servicios se pudiesen establecer a efectos de potenciar la oferta de cada una de las iniciativas y del municipio en general.

Las iniciativas seleccionadas para potenciar bajo el enfoque de TRC en Tecoluca con el presente plan son las siguientes:

- Parque Tehuacán
- Polígono Solidaridad
- Planta de Marañón
- Isla de Montecristo
- Sitio Turístico La Pita
- Isla de Tasajera

Señalar que estas iniciativas o sitios son solo el punto de partida para el desarrollo del TRC en Tecoluca, pero que a partir del desarrollo de este plan pueden surgir nuevas iniciativas o sitios que se incorporen al mismo o al comité, que será el gestor del plan en desarrollo, de esa manera convertir el turismo en Tecoluca como una eje dinamizador de la económica local en todas las comunidades.

2. Objetivos

Objetivo General

Desarrollar en Tecoluca productos turísticos atractivos y diversificados, aprovechando el potencial de recursos tangibles e intangibles con que cuenta y la articulación de las diferentes iniciativas, a fin de convertirlo en un destino turístico diferenciado en el marco del TRC a nivel nacional y regional.

Objetivos Específicos

- Establecer una solución a cada uno de los requerimientos identificados en las iniciativas priorizadas.
- Establecer los servicios a prestar entre los actuales y nuevos por cada iniciativa priorizada, tomando en consideración los atractivos con que cuenta.
- Establecer las pautas para el diseño de las mejoras en infraestructura para la prestación de servicios turísticos incluyendo el diseño de senderos, áreas de camping, canopy, alojamiento, restaurante, entre otros.
- Establecer los requerimientos de recursos básicos para la diversificación y mejora de los servicios en cada iniciativa.

3. Componentes del plan

a. Mejoramiento de Productos Turísticos

Al conocer las principales necesidades y expectativas de los turistas, junto con las debilidades en los servicios identificadas durante el estudio de diagnóstico, se hace necesario el desarrollo de una propuesta que permita una diversificación y mejora de los servicios ofrecidos por las iniciativas turísticas priorizadas. Se proponen los lineamientos para la prestación de los servicios turísticos actuales y nuevos, de manera que siendo implementados en las iniciativas turísticas correspondientes logren el desarrollo de las mismas y permitan mayor afluencia de turistas a las mismas y al municipio en general. Con este plan se busca el desarrollo y mayor competitividad en las iniciativas.

Estas mejoras o incorporación de nuevos servicios, además de asegurar el desarrollo económico de las iniciativas participantes, la sostenibilidad del comité y mejorara también la economía del municipio, sobre todo fortalecerá la relación entre el Comité, las iniciativas socias, la municipalidad y demás actores locales y nacionales tanto públicos como privados con presencia en Tecoluca.

A continuación se presenta la propuesta para cada una de las iniciativas, en una matriz que contempla:

- **Recursos Turísticos:** Los recursos turísticos naturales y/o artificiales, tangibles e intangibles. Son la base sobre la que se desarrolla la actividad turística: Naturaleza, Cultura, Historia e Infraestructura para el ocio, la recreación, la aventura, el descanso entre otros. Son fundamentales, pues ellos son la principal motivación del turista en el momento de elegir un destino.

- **Actividades Turísticas:** Las actividades turísticas reflejan las diferentes acciones que un turista puede realizar en un lugar donde se está brindando un servicio turístico.
Para la identificación de las actividades turísticas que se realizan o se pueden realizar se ha basado en los recursos con que cuenta cada iniciativa, el perfil del turista y el enfoque del producto turístico en el marco del TRC de Tecoluca.
- **Infraestructura de Apoyo:** Se refiere a la infraestructura básica, pública o privada, que da apoyo o facilita el desarrollo de las actividades turísticas en un territorio o localidad donde se ubica la iniciativa. Dentro de la infraestructura podemos señalar: Vías de acceso, telefonía, agua potable, energía eléctrica, servicios de salud, internet, entre otros, los cuales son importantes en desarrollo de la actividad turística.
- **Servicios Turísticos:** El servicio Turístico es el conjunto de actividades perfectamente diferenciadas entre sí, pero íntimamente relacionadas, que funcionan en forma armónica y coordinada con el objeto de responder a las exigencias del turista. El servicio turístico comprende el conjunto de técnicas relativas a la transferencia y venta de bienes turísticos que ofrece la iniciativa o empresa al turista.
- **Requerimientos de Recursos:** Los requerimientos están referidos a los recursos que serán considerados en esta propuesta para mejorar los servicios actuales e implementar los nuevo servicios: VER ANEXO 4.3 REQUERIMIENTOS DE RECURSOS POR CADA INICIATIVA O EMPRESA TURISTICA.

1) Parque Eco-turístico Tehuacán

RECURSOS TURÍSTICOS	ACTIVIDADES TURÍSTICAS	INFRAESTRUCTURA DE APOYO	SERVICIOS TURÍSTICOS
SITUACION ACTUAL			
1. Parque eco turístico de 78 mz. De extensión 2. Abundante flora y fauna 3. Nacimientos de agua abundantes 4. Un Restaurante con capacidad para 150 personas 5. Cinco Cabañas familiares 6. Una Piscina 7. Un Estanque para Peces 8. Un Mariposario 9. Un Auditorium con capacidad de 100 personas 10. Un Vivero 11. Un Pequeño museo 12. Dos miradores 13. Área de esparcimiento de niños 14. Senderos y áreas señalizadas 15. Vestigios de antigua hacienda 16. Parqueo con capacidad de 30 vehículos.	1. Descanso 2. Alimentación 3. Caminatas 4. Eventos 5. Paisajismo 6. Recreación y baño en piscina.	1. Calle de acceso vehicular 300 mts. En mal estado desde la carretera de Tecoluca a San Vicente. 2. Energía eléctrica 3. Agua potable 4. Telefonía fija 5. Seguridad de CAM 6. Dos Guardaparques del MARN	1. Alimentación 2. Alojamiento 3. Guías Turísticas 4. Recreación (pasadía)
PROPUESTA ADICIONALES			
1. Infraestructura de actividades recreativas: Canopy y muro para Escalar	1. Avistamiento de aves	1. Gestión de mejoramiento de calle de acceso al parque.	1. Alquiler de bicicletas 2. Alquiler de equipo de pesca

<p>2. Señalización de diferentes área de servicio</p> <p>3. Una Oficina Información y de comercialización de productos y servicios turísticos.</p>	<p>2. Visita a actividades agrícolas</p> <p>3. Senderismo</p> <p>4. Actividades de turismo de aventura: Canopy, escalar muro y bici montaña.</p> <p>5. Campyng</p> <p>6. Pesca</p> <p>7. Eventos culturales, recreativos y empresariales</p>		<p>3. Uso de Canopy</p> <p>4. Alquiler de Tiendas de campaña</p> <p>5. Arrendamiento de caballos.</p> <p>6. Alquiler de binoculares.</p> <p>7. Venta de artesanías y promocionales del parque y del municipio.</p> <p>8. Desarrollo de festivales culturales</p>
--	--	--	--

2) Polígono Solidaridad

RECURSOS TURÍSTICOS	ACTIVIDADES TURÍSTICAS	INFRAESTRUCTURA DE APOYO	SERVICIOS TURÍSTICOS
SITUACION ACTUAL			
<p>1. La infraestructura integrada por dos naves industriales; un restaurante (para 150 personas) y un Salón de usos múltiples (para 125 personas):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Restaurante Chinchontepec - Auditorium para Eventos - Planta de Elaboración de Jugos de Marañón - Planta de Elaboración de filtros para Agua. - Laboratorio de biotecnológico - Oficinas - Área de dormitorios - Parque amplio - Canchas de basquetbol 	<p>1. Eventos empresariales.</p> <p>2. Alimentación</p>	<p>1. Calle de acceso vehicular 200 mts. desde La Carretera Litoral de tierra en buen estado</p> <p>2. Energía eléctrica</p> <p>3. Agua potable</p> <p>4. Telefonía fija</p> <p>5. Seguridad de Privada</p> <p>6. Planta de Tratamiento de aguas negras</p>	<p>1. Alimentación</p> <p>2. Venta de productos artesanales y de las empresas: Jugo de Marañón, Filtros e Insecticidas Orgánicos</p>
PROPUESTA ADICIONALES			
<p>1. Infraestructura de senderos para recorrido en plantas agroindustriales</p> <p>2. Señalización de recorrido e instalaciones diversas</p> <p>3. Adecuamiento de Kiosko para Información turística y de comercialización de productos y servicios turísticos.</p>	<p>1. Visita a actividades agroindustriales y experimentación.</p> <p>2. Adquisición de productos, artesanías e información turísticas</p> <p>3. Eventos culturales, recreativos y empresariales</p>	<p>1. Gestión de pavimentación de calle de acceso al polígono.</p>	<p>1. Guiado por actividades agroindustriales de las plantas y sobre su proceso incluyendo demostración, experimentación de los procesos y degustación.</p> <p>2. Venta de artesanías, productos y promocionales del polígono y del municipio.</p> <p>3. Desarrollo de festivales culturales, recreativas y empresariales</p>

			4. Charlas educativas al turista sobre el polígono y el municipio
--	--	--	---

3) Planta de Marañón

RECURSOS TURÍSTICOS	ACTIVIDADES TURÍSTICAS	INFRAESTRUCTURA DE APOYO	SERVICIOS TURÍSTICOS
SITUACION ACTUAL			
1. La infraestructura integrada por dos naves industriales y patios de secado. - Oficinas Administrativas - Parque amplio	1. Reciben visitas para conocer proceso.	1. Calle de acceso pavimentado 7 km desde La Carretera Litoral 2. Energía eléctrica 3. Agua potable 4. Telefonía fija 5. Seguridad de Privada	1. Venta de productos de la empresa: semilla de marañón y fruta deshidratada.
PROPUESTA ADICIONALES			
1. Infraestructura de senderos para recorrido en planta de marañón 2. Señalización de recorrido en instalaciones 3. Adecuamiento de Kiosko para Información turística y comercialización de productos de marañón y servicios turísticos.	1. Visita a actividades agroindustriales y experimentación. 2. Adquisición de productos, artesanías e información turísticas	1. Mejoramiento de 50 mts de acceso a planta	1. Servicio de Guiado por actividades agroindustriales de las plantas y sobre su proceso incluyendo demostración, experimentación de proceso y degustación. 2. Venta de artesanías, productos de Marañón, fruta deshidratada y promocionales y del municipio.

4) Isla de Montecristo

RECURSOS TURÍSTICOS	ACTIVIDADES TURÍSTICAS	INFRAESTRUCTURA DE APOYO	SERVICIOS TURÍSTICOS
SITUACION ACTUAL			
1. Isla con una comunidad con abundante área natural. 2. Diversidad de flora y fauna 3. Manglares que son parte de área natural protegida (Sitio Ramsar) 4. Plantación de 250 mz de marañón orgánico 5. Playas en estado natural 6. Bocana de desembocadura de río Lempa. 7. Canales para navegación entre manglares. 8. Tres cabañas rusticas 9. Un rancho para restaurante 10. Lanchas de pescadores y cayucos	1. Descanso 2. Alimentación 3. Caminatas 4. Paseos a Caballo 5. Paseos en lancha. 6. Baños en la playa y el río Lempa	1. Acceso en lancha desde la Pita. 2. Energía eléctrica 3. Agua de pozo	1. Alimentación 2. Alojamiento 3. Paseos en Lancha 4. Camitas Guiadas

11. Caballos			
PROPUESTA ADICIONALES			
1. Mejora de muelle de acceso a isla 2. Señalización de áreas y recorridos en la isla.	1. Pesca deportiva. 2. Kayak 3. Caminatas 4. Camping en playa. 5. Avistamiento de aves	1. Manteniendo de muelle artesanal en para las lanchas.	1. Actividades guidas de caminata a plantación y a la playa 2. Paseos en lancha en manglares y desembocadura de Rio Lempa 3. Alquiler Kayak 4. Alquile de equipo de pesca, kayak y cayuco 5 Alquiler de equipo de camping 6. Alquiler de binoculares.

5) Sitio turístico la Pita (Restaurante, cabañas, manglares y Rio Lempa, planta de pescado)

RECURSOS TURÍSTICOS	ACTIVIDADES TURÍSTICAS	INFRAESTRUCTURA DE APOYO	SERVICIOS TURÍSTICOS
SITUACION ACTUAL			
1. Comunidad con abundante área natural. 2. Diversidad de flora y fauna 3. Manglares que son parte de área natural protegida (Sitio Ramsar del Estero de Jaltepeque) 4. Bocana de desembocadura de rio Lempa. 5. Acceso a canales para navegación entre manglares. 6. Hostal Lempa Mar con 6 cabañas, restaurante, muelle al rio Lempa, área de camping, glorietas y amplio parqueo. 7. Comedores y tiendas comunitarias 8. Parqueo público y privado amplios 9. Muelle artesanal para lanchas 10. Lanchas de pescadores y cayucos 11. Planta de Procesamiento de mariscos	1. Descanso 2. Alimentación 3. Paseos en lancha al rio Lempa, manglares, islas y estero de Jaltepeque.	1. Acceso en carretera en proceso pavimentado de 17 km desde la carretera Literal. 2. Energía eléctrica 3. Agua de pozo	1. Alimentación 2. Alojamiento 3. Paseos en Lacha
PROPUESTA ADICIONALES			
1. Señalización de áreas del sitio, servicios e iniciativas 2. Señalización de recorridos en planta de mariscos. 3. Adecuamiento de cabañas 4. Construcción de baños en hostal Lempa Mar 5. Reparación de muelle	1. Pesca deportiva. 2. Kayak 3 Avistamiento de aves. 4. Visita a Planta de Mariscos	1. Finalización de pavimentación de acceso al Sitio Turístico La Pita	1. Paseos en lancha en manglares y desembocadura de Rio Lempa 2. Alquiler de equipo de pesca, kayak, cayuco y binoculares. 3. Servicio de guía para visita a planta de mariscos.

6) Isla Tasajera (Conchas, vivero de tortugas, estero de Jaltepeque y manglares)

RECURSOS TURÍSTICOS	ACTIVIDADES TURÍSTICAS	INFRAESTRUCTURA DE APOYO	SERVICIOS TURÍSTICOS
SITUACION ACTUAL			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Isla con una comunidad con abundante área natural. 2. Diversidad de flora y fauna 3. Manglares que son parte de Área Natural Protegida (Sitio Ramsar del Estero de Jaltepeque) 4. Playas en estado natural 5. Muelle en buen estado 7. Canales para navegación entre manglares del estero de Jaltepeque 8. Vivero de huevos de tortuga con ranchos de vigilancia, rancho y baños 9. Vivero de cultivo de conchas 10. Lanchas de pescadores y cayuco. 11. Área de Camping en playa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Descanso 2. Alimentación 3. Caminatas 4. Baños en playa y estero de Jaltepeque 5. Visitas a viveros de huevos de tortuga 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Acceso en lancha desde la Pita. 2. Energía eléctrica solar en vivero de huevos de tortuga 3. Agua de pozo 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alimentación 2. Paseos en Lancha 3. Visitas Guiadas a vivero de huevos de tortuga.
PROPUESTA ADICIONALES			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Señalización de áreas de servicio y recorridos en la isla, vivero de huevos de tortuga y cultivo de conchas. 2. Kiosko de venta de artesanías del mar, conchas y bebidas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pesca deportiva. 2. Camping en playa. 3. Avistamiento de aves. 4. Visitas a vivero de cultivo de conchas 4. Visitas Guiadas a viveros y liberación de tortugas 		<ol style="list-style-type: none"> 1. Actividades guidas de a viveros de cochas 2. Paseos en lancha en manglares en el estero de Jaltepeque 3. Alquiler kayak 4. Alquiler de equipo de pesca, kayak y cayuco 5 Alquiler de equipo de camping 6. Alquiler de binoculares. 7. Venta de artesanías del mar 8. Venta de conchas

b. PROPUESTA DE RUTAS TURÍSTICAS

Para este estudio se consideró plantear al menos 3 rutas turísticas, lo cual les permitirá tener una participación proporcional de las diferentes iniciativas y cada una de ellas ofrezca una experiencia diferenciada de producto turístico, involucrando en cada ruta al menos 2 de las 6 iniciativas identificadas.

En la actualidad y frente a la proliferación de una nueva oferta turística cada vez más diversificada, se pretende mostrar el patrimonio natural y cultural e histórico del municipio, el concepto de ruta o circuito turístico ha evolucionado, como respuesta a la necesidad de organizar y estructurar productos afines y complementarios, adquiriendo una connotación más temática y particular.

La ruta o circuito turístico puede ser definido como un itinerario o recorrido temático propio de una comunidad, municipio o área geográfica, que permite el conocimiento de sus valores y atractivos más particulares, capaz de atraer visitantes y motivar su desplazamiento a lo largo de ella, visitando los atractivos, realizando actividades y utilizando los servicios que han sido habilitados con ese objeto.

Representa el producto básico del Turismo Rural Comunitario y constituye una oferta organizada y elaborada que incluye atractivos, actividades, instalaciones y servicios turísticos propios del área, susceptible de ser comercializada en forma integrada o parcialmente.

Algunas características o criterios para la definición de las rutas son los siguientes, las rutas deben:

- Responde a una imagen motivadora atractiva, particular y predeterminada
- Poseer una extensión espacio - temporal posible de recorrer en plazos razonables, con tiempos mínimos y máximos establecidos.
- Debe contener e integrar diferentes productos y servicios.
- Tener una gestión unitaria, pero incorpora a distintos agentes intermediarios (operadores y prestadores de servicios turísticos) privilegiando la participación de los miembros de la comunidad local.
- La elaboración de este macro producto (Temático de Ruta) debe ser capaz de generar una demanda en el mercado y de su solidez y coherencia, así como de la capacidad de atracción de sus productos y la calidad de sus servicios, dependerá no sólo el éxito de las rutas y su permanencia en el tiempo, sino también su sustentabilidad.

Las tres rutas o circuitos turísticos establecidos, pretenden contar con una oferta diversificada y proporcional a cada sector del municipio, considerando que cada uno posee suficientes recursos que permitirán el desarrollo de dichas actividades. El establecimiento de las mismas y su conexión, se realizó con la colaboración de miembros del Comité de turismo y algunos miembros de la alcaldía.

Para el diseño de los circuitos turísticos, se ha tomado en cuenta que en cada uno de ellos se deben brindar los siguientes servicios turísticos:

- Alojamiento: Se debe contar con un lugar para hospedarse
- Alimentación: Debe existir servicio de restaurante
- Diversidad de Actividades Turísticas Recreativas: el turista debe tener la oportunidad de visitar o tener contacto con alguna actividad de TRC.
- El turista debe tener acceso a algunas las siguientes actividades vinculadas a la naturaleza o la cultura: Observación de aves, caminatas o senderismo, paseos en lancha, caballo o bicicleta, paisajismo, visitas plantas de procesamiento, entre otras.

A continuación, se procede a presentar las tres propuestas de rutas turísticas

RUTAS	TEMATICA	INICIATIVAS	ACTIVIDADES	SERVICIOS
“Memorias de Tehuacán”	- Cultura - Naturaleza	- Parque Eco turístico Tehuacán - Polígono Solidaridad	1. Descanso 2. Alimentación 3. Caminatas 4. Eventos empresariales o festivos 5. Paisajismo 6. Recreación y baño en piscina 7. Avistamiento de aves 8. Visita a actividades agrícolas 9. Senderismo en bosque 10. Actividades de turismo de aventura: Canopy, escalar muro y bici montaña. 11. Campyng 12. Pesca 13. Eventos culturales y recreativos 14. Visita a actividades agroindustriales y experimentación. 15. Adquisición de productos, artesanías e información turísticas	1. Alimentación 2. Alojamiento 3. Guías Turísticos 4. Recreación (pasadía) 5. Alquiler de bicicletas 6. Alquiler de equipo de pesca 7. Alquiler de Cannopy 8. Alquiler de Tiendas de campaña 9. Arrendamiento de caballos. 11. Alquiler de binoculares. 12. Guiado por actividades agroindustriales de las plantas y sobre su proceso incluyendo demostración, experimentación de los procesos y degustación. 13. Venta de artesanías, productos y promocionales del polígono y el municipio. 14. Desarrollo de festivales culturales, recreativas y empresariales 15. Charlas educativas al turista sobre el polígono y el municipio
“Los Caminos del Marañón”	Agroturismo	Polígono Solidaridad Planta Marañón Isla de Montecristo	1. Alimentación 2. Descanso 3. Visita a actividades agroindustriales (jugo de marañón, semillas de marañón, filtros, planta de mariscos, etc.) y experimentación. 4. Adquisición de productos, artesanías e información turísticas 5. Eventos culturales, recreativos y empresariales 6. Alojamiento 7. Paseos en lancha al río lempa, manglares, islas y estero de Jaltepeque. 8. Pesca deportiva. 9. Kayak 10. Avistamiento de aves. 11. Visita a Planta de Mariscos	1. Restaurante 2. Alojamiento 3. Guiado por actividades agroindustriales de las plantas y sobre su proceso incluyendo demostración, experimentación de los procesos y degustación. 4. Venta de productos artesanales y de las empresas: Jugo de Marañón, Filtros, Insecticidas Orgánicos, Semilla de Marañón, Vino de Marañón, fruta deshidratada y Mariscos) 5. Paseos en lancha en manglares y desembocadura de Río Lempa 6. Alquiler de equipo de pesca, kayak, cayuco y binoculares. 7. Servicio de guía para visita a planta de marañón 8. Venta de artesanías, productos y promocionales del polígono y del municipio. 9. Desarrollo de festivales culturales, recreativas y empresariales 10. Charlas educativas al turista sobre el polígono, las actividades agroindustriales y el municipio.

“Brisas del Lempa-Mar”	Ecoturismo y Pesca	Sitio Turístico La Pita Isla de Montecristo Isla de Tasajera	<ol style="list-style-type: none"> 1. Descanso 2. Alimentación 3. Caminatas 4. Paseos a Caballo 5. Paseos en lancha al Rio Lempa, manglares, islas y estero de Jaltepeque. 6. Baños en playa y rio lempa 7. Pesca deportiva en Rio Lempa. 8. Kayak 10. Camping en playa. 11. Avistamiento de aves 12. Visita a Planta de Mariscos 13. Visitas a viveros de huevos de tortuga. 14. Visitas a vivero de cultivo de conchas 15. Liberación de tortugas 16. Adquisición de productos del mar, artesanías e información turísticas 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alimentación 2. Alojamiento 3. Actividades guidas de caminata a plantación y a la playa 4. Paseos en lancha en manglares y desembocadura de Rio Lempa 5. Alquiler Kayak 6. Alquiler de equipo de pesca, kayak y cayuco 7. Alquiler de equipo de camping 8. Alquiler de binoculares. 9. Servicio de guía para visita a planta de marañón 10. Visitas Guiadas a vivero de huevos de tortuga. 11. Actividades guidas de a viveros de cochas 12. Venta de artesanías del mar, conchas, pescado, camarón, y promocionales.
-------------------------------	--------------------	--	--	---

C. PROPUESTA DE PAQUETES TURÍSTICOS

Un paquete turístico es el conjunto de facilidades, servicios y actividades que se estructuran de manera articulada y que satisfacen necesidades o deseos de los turistas.

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

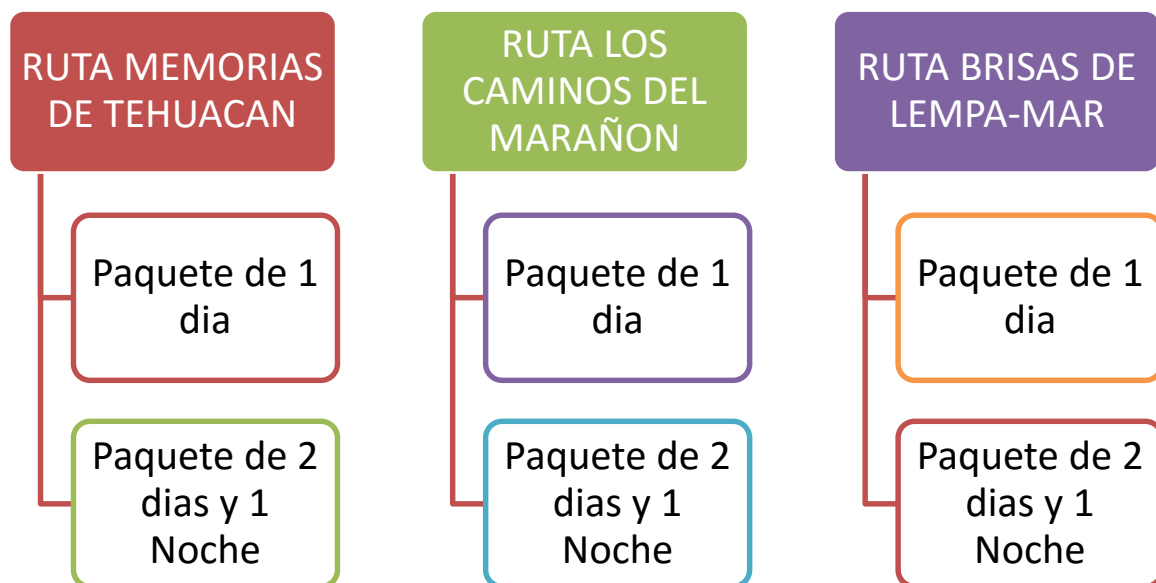
Algunos criterios utilizados para el diseño de los paquetes turísticos son los siguientes:

- ✓ Planear cuidadosamente: Incluye adecuar el paquete a las características y necesidades del mercado objetivo. Asegúrese de ofrecer lo que el cliente desea encontrar. No incluya aquello que no desearía hacer.
- ✓ Participación de todos los sectores involucrados para lograr beneficio integral: Esto quiere decir que se deben involucrar en el diseño de los paquetes turísticos a todos los que tengan una participación directa o indirecta.
- ✓ Incluir actividades generadoras de demanda: Esta actividad constituye la primera razón para comprar el paquete.
- ✓ Ofrecer ventajas comparativas: Ofrezca al cliente una ventaja que no tendría si comprara los componentes por separado. Puede ser un descuento o la inclusión de elementos “sin costo”.

- ✓ Determinar precios competitivos: El precio debe ser alcanzable para los diferentes segmentos de mercado y más atractivo que el de la competencia con similares características. El comité debe tratar la manera de minimizar los costos de los asociados para poder ser competitivo. Además debe hacer una revisión de los precios de los asociados y la calidad del servicio prestado.
- ✓ Coordinar los detalles: Definir responsabilidades y a quién acudir para afrontar posibles contingencias. Desarrollar sistemas para verificar todos los detalles y reconfirmar reservaciones.
- ✓ Ofrecer toda la información posible: Tanto en la etapa de mercadeo, como en el momento de hacer las reservas y en desarrollo del programa, se debe tener toda la información necesaria: tipo de ropa, dinero requerido, estado del tiempo, cambios, entre otros.
- ✓ Definir una política justa de reembolso: Debe contarse con una política oportuna y justa de reembolso, adecuada a circunstancias imprevisibles, como el estado del tiempo, el orden público, la infraestructura.
- ✓ Incluir componentes únicos: Ofrezca componentes diferenciados “libres de costo” dando la sensación de buen precio y atención extra. Llaveros, camisetas emblemáticas, gorras, etc. están dando paso a atractivas sorpresas.
- ✓ Asegurarse de que el paquete es rentable: La ganancia debe recompensar el esfuerzo y la rentabilidad debe asegurarse para el CDT y las Iniciativas involucradas.

Para el desarrollo de las actividades de TRC en las tres rutas turísticas propuestas, se propone la creación de 6 modalidades de paquetes turísticos, así: dos por cada ruta, uno para las personas que deciden pernoctar (dos días y una noche) y uno para las personas que realizan visitas de un día.

En el caso de grupos familiares o amigos, en número de personas igual o mayores a 4 personas, el costo del paquete tendrá una reducción del 25 % del valor. Estos paquetes se exponen a continuación: VER ANEXO 4.4 DETALLE DE PAQUETES POR CADA RUTA



D. PLAN DE MARKETING

1. Introducción

El plan de marketing turístico, es un componente esencial para el desarrollo de la estrategia de TRC en Tecoluca, con ello se pretende esencialmente generar la llegada de más turistas e ingresos a corto plazo, mediano y largo plazo, lo que mejoraría los resultados de los productos y servicios actuales y también permitirá un escenario atractivo para las inversiones necesarias de desarrollo a nivel del municipio, sirviendo éste como un acelerador del proceso de cambio.

El presente plan tiene por finalidad servir como un documento técnico para la planificación del proceso de publicidad y promoción del Servicio de Turismo Rural que será ofertado por el comité de turismo del municipio, y en el caso de ser implantado, lograr promocionar a través de los diferentes medios de comunicación la diversidad de productos turísticos que se ofrecen en la localidad para que el público atraído por el producto y su oferta, efectúe el consumo turístico (entenderemos por consumo turístico la realización por parte del público de la actividad propuesta en el producto, como lo es visitar, pasear, comer, comprar, etc.).

La promoción se concretará en un conjunto de actuaciones de comunicación dirigidas a la atracción de turistas potenciales a las diferentes rutas e iniciativas turísticas del municipio.

Diseñar un Plan de Marketing, es de suma importancia, ya que proporciona a los responsables del comité, las herramientas mercadológicas necesarias para impulsar el desarrollo turístico del territorio, ya que este busca incrementar la actividad turística, con el objeto que esta rama contribuya aún más a la economía local.

2. Objetivos

Objetivo General

Desarrollar una propuesta para el proceso publicitario, promoción de ventas, acciones de promoción turística y estrategias de posicionamiento a nivel nacional e internacional del Municipio de Tecoluca como un destino de Turismo Rural Comunitario diferenciado y con suficientes atractivos que permitan un importante y creciente flujo de turistas hacia el territorio.

Objetivos Específicos

- Definir los medios óptimos para publicitar los productos turísticos que serán ofertados por el municipio de Tecoluca
- Establecer las acciones de publicidad y promoción precisas y factibles, que faciliten su adecuada implementación.
- Promover a Tecoluca y sus rutas turísticas, como un Destino de TRC con una diferenciación con identidad propia y diferente respecto a la competencia a efectos de atraer a diferentes tipos de segmentos.

- Incidir directamente en la generación de un incremento sustancial en el flujo de turistas a las diferentes rutas e iniciativas turísticas rurales del municipio.
- Crear una imagen positiva del municipio de Tecoluca, ante la población salvadoreña y extranjeros.

3. COMPONENTES DEL PLAN DE MARKETING

a. Estrategia de Segmentación del mercado:

Como segmentos de mercados a los que se les apostara, tenemos aquellos segmentos de turistas tanto nacionales como extranjeros atraídos por esta modalidad de turismo, que se puede definir en los siguientes perfiles:

1) Perfil de Turista Rural Comunitario Nacional

Área de residencia

Departamentos con mayores índices de urbanidad del país

Características demográficas

- | | |
|--|--|
| a) Personas entre 18 y 47 años | f) Género masculino y Femenino |
| b) Nivel educativo avanzado o superior | g) Nivel educativo avanzado o superior |
| c) Grupo de 3 o 4 individuos por familiar | h) Nivel cultural e ingresos altos |
| d) Empleado del sector formal, estudiante o con negocio propio | |
| e) Gasto promedio mayor que el de un no eco turista | |

Actividades que prefiere

- | | |
|------------------------------|-------------|
| a) Gastronomía | c) Descanso |
| b) Observación flora y fauna | |

Necesidades.

- | | |
|-----------------------|---|
| a) Seguridad | c) Comodidad |
| b) Precios Accesibles | d) Ubicación y fácil acceso a las instalaciones del lugar |

Elementos importantes al elegir el lugar de Turismo Rural

- Lugar con abundante fauna y vegetación
- Actividades que no contaminen el medio ambiente
- Ambiente de paz y tranquilidad que sea más relajante

Medio de comunicación por medio del cual se entera de Lugares Turismo Rural

- Referencias personales
- Televisión
- Internet

Otra Información

- Práctica de turismo con el grupo familiar
- Visita lugares turísticos en época de vacaciones
- Los visitantes se hospedan 1 día en los lugares turísticos
- Entre los servicios que espera un turista son: guías turísticos, caminatas, actividades que se integren con la naturaleza.

2) Perfil de Turista Rural Comunitario Extranjero

Área de residencia

País extranjero pernoctando al menos una noche

Características demográficas

- a) Personas entre 28 a 37 años el 36% y de 38 a 47 el 35%.
- b) Género: 54% hombres y 46% mujeres.
- c) Nivel cultural Alto
- d) Nivel educativo Alto, el 85% de los turistas (informantes) es universitario de grado superior, el 10% universitario de Postgrado; el 5% tiene estudios secundarios;
- e) El 96% de los turistas está OCUPADO; el 4% son estudiantes

Necesidades.

- a) Seguridad y Comodidad
- b) Ubicación y fácil acceso a las instalaciones del lugar de Turismo Rural
- c) Diversidad de Atractivos
- d) Calidad en el servicio

Elementos importantes al elegir lugar de Turismo Rural

- a) Contacto con la Naturaleza (Flora y Fauna)
- b) Conocer actividades Agropecuarias
- c) Actividades que no contaminen el medio ambiente
- d) Ambiente de paz y tranquilidad que sea más relajante

Medio de comunicación por medio del cual se entera de Lugares Turismo Rural

- a) Internet
- b) Referencias personales
- c) Agencias de viaje/Tour operadores

Otra Información

- a) El 89% de los turistas ya ha visitado con anterioridad El Salvador.
- b) El 75% de los turistas viene por motivos de realizar turismo con familiares o amigos; el 10% por trabajo o negocios; el 4% por motivos de estudio y 11% por motivos de voluntariado.
- c) Visita lugares turísticos en época de vacaciones
- d) Los visitantes se hospedan en los lugares de Turismo Rural, el 43% de los turistas tiene una estancia de 3 días y 2 noches; el 39% de una noche; el resto de a lo más 2 noches.
- e) Entre los servicios que espera encontrar un turista rural son: Actividades agropecuarias, culturales, guías turísticos, camping, hospedaje, restaurantes, caminatas, y otras actividades que se integren con la naturaleza.

Actividades que prefiere

- a) Gastronomía
- b) Acampar
- c) Descanso
- d) Observación flora y fauna
- e) Montañismo
- f) Paseo en lancha

3) Pronostico Demanda

La demanda ha sido definida para cada uno de los segmentos establecidos: **Turista Nacional y Turista extranjero.**

Para su proyección se hará uso de tanto información secundaria sobre datos demográficos (Nacional y Extranjera) como información generada en el marco del Análisis del Mercado Consumidor definido en el diagnóstico. Estos requisitos de información son los siguientes:

- Datos de Demográficos de la población objetivo de consumo de Turismo Rural Comunitario de Tecoluca: VI Censo de población y V de vivienda 2007 (Ámbito Nacional) y las llegadas de turistas internacionales por país de residencia, en el último año (2013).
- Resultados de las Encuestas dirigidas a los dos segmentos: Disposición a practicar una nueva experiencia de turismo (modalidad de Turismo Rural Comunitario) y personas con quienes practica actividades de turismo.
- Perfil del Turista: Nacional y Extranjero.

Calculo de la demanda

a) Turista Nacional

En primer lugar se partió de la información proporcionada por VI Censo de población y V de vivienda 2007, seleccionando como segmento objetivo, la población que presentan los mayores índices de urbanidad a nivel de país¹⁰: Municipios del AMSS, -Quezaltepeque, Ciudad Arce y Colon -(Que pertenecen al Departamento de La Libertad) y los Municipios de Santa Ana y Sonsonate.

Asimismo es importante resaltar que para calcular la demanda aparente, se tomara como referencia de esta población, el dato de los Jefes de Hogar, por ser las personas que tienen el poder de decisión a la hora de visitar los lugares turísticos, de manera que al realizar el cruce con el dato de la encuesta nacional sobre Disposición a practicar una nueva experiencia de turismo (95%), se obtendrá la cantidad de personas por familia que estarían en la disposición de participar en una experiencia de Turismo Rural Comunitario.

A esta última cifra, para conocer el total de población a demandar este tipo de turismo, se le relacionara con las proporciones encontradas del análisis de la Encuesta a este segmento, sobre el tipo de personas con quienes el decisor realiza turismo, a manera de ir encontrando un valor cercano al comportamiento estudiado. En este mismo apartado, con el dato del Perfil de Turista Nacional sobre el Grupo de personas que lo practican (3 o 4 individuos por familia- 3.5 individuos promedio-), se calculara los rangos por grupos de visitantes, por último se complementa el valor del universo de personas que conforman el segmento de Turistas Nacionales a captar, se estrechara

¹⁰ Ver su similitud con el establecimiento de la muestra en Estudio de Mercado.

mediante la proporción correspondiente a las personas ha practicado Turismo Rural dentro del país (55%)¹¹.

Por tanto el total de individuos que practican el turismo es el siguiente:

Total demanda en individuos año 1.

Nº	OPCIÓN	PORCENTAJE	TOTAL GRUPO	TOTAL INDIVIDUOS
1	Solo	2%	7,578	7,578
2	Pareja	14%	53,046	106,091
3	Familia	58%	219,760	769,160
4	Amigos	26%	98,513	98,513
TOTAL DEMANDA TURISMO RURAL COMUNITARIO SEGMENTO NACIONAL PERIODO DE 1 AÑO:				981,342 (*55%) 539,738.1 individuos

b) Turista Extranjero

Para este segmento se tomara como universo, las llegadas de turistas internacionales, en el último año (2013), que fueron de 1.822.003 turistas, y dado que con las estrategias de promoción que se ejecutan al segmento, desde el año 2009 a 2013 se observan tasas similares de crecimiento.

Para estrechar el dato como en el segmento nacional, se hará uso de la proporción asociada aquellos individuos que han practicado turismo rural dentro del país (34%), dato de la encuesta aplicada a este sector.

Por lo tanto la cantidad total de individuos que integran la demanda de Modalidad de “Turismo Rural Comunitario” del segmento de turistas extranjeros es de **619,482 personas**.

En resumen la demanda de turistas nacionales y extranjeros en el primer año es:

SEGMENTO	TOTAL
Segmento 1	539738
Segmento 2	619,482
TOTAL	1,159,220 personas

Proyección de Crecimiento de Demanda Nacional y Extranjera de Turismo Rural Comunitario

El crecimiento de la demanda para los servicios turísticos se asume que estará afectada por el crecimiento del sector turismo, ya que para efectos de estudio se establece que el Turismo Rural Comunitario tendrá el mismo comportamiento que el sector turismo en general. Según datos proporcionados por el MITUR para el 2012 el sector turismo representa el 3.21% del PIB del país, los ingresos turísticos en 2013 alcanzaron los \$904.3 millones.

Para este estudio se considera conveniente utilizar el método de proyección suavizado exponencial del primer orden para su cálculo.

¹¹ Dato extraído de la Encuesta de preferencias del segmento de turistas nacionales.

Al aplicar un valor de error de ∞ es 0.90, y los datos históricos del comportamiento del turismo en el PIB desde 2009, al modelo de pronóstico se obtienen los siguientes datos:

Proyecciones tasa crecimiento de la demanda.

Año	Ingreso Turismo (US \$ MILLONES)	Tasa de Crecimiento
2009	516.6	
2010	518	0.27%
2011	615.1	18.75%
2012	771.5	25.43%
2013	904.3	17.21%
2014	928.7	2.70%
2015	964.9	3.90%
2016	987.1	2.30%
2017	1011.8	2.50%
2018	1069.5	5.70%



Proyección demanda total nacional y extranjera

Proyección de la demanda total.

AÑO	2014	2015	2016	2017	2018
Proyección de demanda total (personas)	1,159,220	1,204,430	1,232,131	1,262,935	1,334,922

Proyección de Crecimiento de Demanda de Marca (Nacional y Extranjera) de Turismo Rural Comunitario para el Municipio de Tecoluca

Esta representa la demanda específica de la modalidad de Turismo Rural Comunitario para el Municipio de Tecoluca, su cálculo se definió tomando en cuenta el siguiente escenario:

- El Turismo Rural Comunitario en El Salvador es un concepto nuevo actualmente no existen registros estadísticos que reflejen el desarrollo del mismo en el país, de manera que para realizar el pronóstico sobre la demanda potencial en el Municipio de Tecoluca, se tomara como base, el principal atractivo actualmente ofertado, que corresponde al Parque Ecoturístico Tehuacán, el cual tiene la ventaja de contar con registros estadísticos de los últimos 3 años.
- La demanda total de marca estará conformada por la demanda del Parque Tehuacán, representando una proporción del 20% para este primer año, el 80% restante se estima corresponde al valor de demanda que proporcionarían el resto de iniciativas consideradas en el Proyecto, una vez se comiencen a implementar las estrategias administrativas y de mercadeo que permitan impulsarlas. Alcanzar esta meta conllevará todo un proceso que se verá representado a través del ciclo de vida del producto turístico.

Por lo tanto los servicios a ofertar de la Modalidad de Turismo Rural Comunitario de este estudio está dado, por la siguiente demanda de marca $3,675^{12}_{(20\%)} + 14,700_{(80\%)} = 18,375$ personas/Año

De manera que se tendrá una demanda en año 1 de 18,375 personas correspondiendo a 1.60% de la demanda total de turismo rural comunitario correspondiente al año 1. Es decir, se estima que el 1.60% del universo total conformara la demanda de marca del proyecto.

PROYECCIÓN DEMANDA DE MARCA.

AÑO	1	2	3	4	5
Proyección de demanda total de marca (personas)	18,375	19,092	19,531	20,019	21,160

b. PROPUESTAS DE MEZCLA DE MERCADEO

La propuesta de mezcla de mercado que se propone, es la siguiente:

1) PRODUCTO (SERVICIO TURISTICO)

La propuesta propone el establecimiento de al menos 25 servicios turísticos distintos en las rutas del municipio, de los cuales más del 50 % son nuevos, por lo que se ofrece una diversificación importante con esta propuesta.

A largo plazo se puede incluir nuevos servicios turísticos, que le brinden al turista un mayor disfrute como escalada, travesía 4x4, pesca deportiva en el mar, entre otros, los cuales son propicios debido a la geografía del lugar, además se debe de disponer con el equipo necesario y el personal adecuado para ello.

Incursionar sobre los mercados turísticos actuales, incorporando nuevas experiencias que surjan como variaciones de los productos turísticos existentes, uno de ellos pueden ser la creación de juegos rurales, como tiro al blanco, laberintos elaborados, juegos tradicionales con materiales de la zona, así como centros de interpretación de la flora y fauna de la zona y la inclusión del museo de guerra de la Comunidad La Sabana entre otros que puedan realizarse.

Suponer el desarrollo de nuevos productos, basados en la satisfacción de nuevos clientes, con nuevos destinos turísticos y con la incorporación de actividades turísticas nuevas, muchas veces con escasa relación con la actividad principal desarrollada por la organización turística.

Toda la diversificación de servicios debe ser concéntrica, es decir deberá estar centrada en el concepto que se ofrece en cada ruta y sin desnaturalizar los principios que rigen el TRC, es debe procurar vender una Experiencia Turística ya sea cultural o natural en el ámbito rural.

¹² Ver Anexo 8. Afluencia de Turista al Parque Tehuacán 2011- 2013

2) PLAZA

El comité deberá hacer uso de diferentes medios para ofrecer los servicios: vía Internet, llamadas telefónicas, envío de correos y en alianza con los turoperadores regionales, nacionales e internacionales mayoristas y minoristas.

Hacer uso de intermediarios y de ese modo, lograr una mayor cobertura de los productos turísticos, o aumentar los puntos de venta, ya que es importante que el producto turístico se oferte en lugares no cercanos a donde se encuentra la zona turística porque es donde se encuentran los clientes del mismo, específicamente en el Área Metropolitana de San Salvador.

En la zona turística mostrar siempre una imagen alegre y para ello es necesario darle mantenimiento permanente a todo lo que incorpora para transmitir lo rural, lo natural, lo cultural y atractivo del lugar.

A largo plazo cuando el municipio este posicionado puede crearse un kiosco de publicidad y productos de información y otros, el cual puede estar ubicado en centros comerciales de Área Metropolitana de San Salvador para que las personas puedan obtener mayor información de interés sobre el lugar

3) PRECIO

Vender a precios altos significa que se debe garantizar calidad en la misma medida. Si no es así, deberán bajarse los precios hasta equilibrarlo con el valor percibido por los turistas.

Optar por una estrategia de discriminación de precios para el caso de varios productos que se consideren que pueden ser brindados con precios bastantes bajos es una buena opción para no dañar el presupuesto y los beneficios y a la vez brindar productos turísticos que satisfagan a los turistas.

La estrategia de precios se hace viable alcanzando un nivel de calidad o idoneidad del producto, para conseguirlo, se puede preguntar a los consumidores por la satisfacción después de disfrutado el producto turístico, calibrando calidad y precio hasta conseguir el nivel ideal.

El precio es una variable controlable de marketing y es la única que genera ingresos. Como estrategia los precios suelen tener un objetivo común, que es elevar el índice de rentabilidad, concepto muy relacionado con lograr una alta tasa de ocupación. Por lo que podría ser posible establecer una estrategia conjunta de precios para las rutas de actividades y servicios, ya que es habitual encontrar el precio del producto turístico bajo el nombre de precio del paquete turístico, por lo tanto es mejor venderlos como tal que individualmente.

El valor de la conservación del atractivo, se destaca más que el precio del atractivo y en general, valor percibido del producto turístico tiene como base la conservación, calidad de vías de acceso y la limpieza por lo tanto es importante tomar esto en cuenta

Al final el precio deberá apelar y ser coherente con las experiencias que el TRC vende una vivencia a diferencia de otras modalidades de turismo, más centradas en la infraestructura o tecnologías.

4) PROMOCION

Obsequiar artículos promocionales por la visita a determinadas rutas o iniciativas con frecuencia, como muestras de productos de la zona, gorras, camisas, llaveros y otros productos que a la vez sean promocionales de la iniciativa, la ruta o el municipio.

Ofrecer descuentos por grupo de personas en visita en algunas actividades y puede darse por temporadas, especialmente en las de bajo flujo de turistas.

Crear sorteos o concursos entre los clientes para ganar estadías gratis o comida gratis en restaurantes o promociones a familias para vuelvan al municipio.

Buscar el apoyo de medios impresos, radiales o televisivos para colocar reportajes, promocionales, anuncios de actividades. O bien afiches, volantes, carteles folletos o calendarios publicitarios con fotos y descripción de los lugares con los que se cuenta.

Se importante la creación de una página web del municipio de Promoción del TRC de Tecoluca y realizar el mantenimiento apropiado y permanente a la misma.

Participar en ferias realizadas por organizaciones de apoyo al turismo, por la sociedad misma, o por ferias realizadas por el ministerio de turismo u otros ministerios e instituciones públicas y privadas vinculadas al sector.

Crear actividades o eventos con algún concepto en especial, por ejemplo los vinculados a los conceptos de las rutas a nivel municipal, los pueblos vivos o un pueblo un producto.

5) PROCESOS

Incentivar al personal para trabajar en una cultura de manera conjunta y que no se desanimen de desarrollar poco a poco la iniciativa turística, y esto puede hacerse a través de actividades dinámicas, reuniones de informes de resultados desempeño y beneficio con todos los asociados e involucrados en la actividad, en el marco del CDT de Tecoluca.

Gestionar apoyo en las instituciones que apoyan al municipio y la región para obtener soporte en conocimientos, financiero y todo el que pueda ser proporcionado, esto a través de darles a conocer mediante informes completos la actividad turística que se está desarrollando y el beneficio que este crea a la población local.

Fomentar capacidades para el impulso de artesanías, entre otras cosas que puedan desarrollarse en la zona con materiales de la misma.

6) PAQUETES

Darles la opción a los turistas de armar su propio paquete de actividades según le sean más interesantes, para ello se debe de respetar los horarios de cada actividad y el costo de cada una de ellas. O bien que retome uno de los 6 paquetes ofrecidos en la presente propuesta.

Así mismo el comité deberá estar a la expectativa de crear nuevas rutas y paquetes para involucrar a más iniciativas o bien articularse con rutas más amplias establecidas por MITUR en la zona o por la Asociación de Municipios de los Nonualcos.

7) PERSONAS

Los turistas más activos, de mente despierta, requieren más. Esto implica más imaginación y sofisticación en la oferta de servicios que se complementan con un nivel del servicio básico y alojamiento confortable y seguro, es en base a esto que debe de crearse los mejores servicios en la zona pero sin perder el enfoque de TRC.

La participación familiar como consumidores turísticos, son cada día mayores, por lo tanto se deberá contemplar las distintas necesidades de cada uno de los miembros y una respuesta atractiva a cada uno y los requerimientos del grupo familiar.

Se debe de buscar la mayor comodidad, seguridad, protección, inocuidad e higiene en todas las actividades turísticas a desarrollar en las diferentes rutas e iniciativas, procurando siempre sobrepasar las expectativas para que el turista regrese, y además nos recomiende, generando fidelización con el destino turístico.

C. PROGRAMA DE ACCIONES DE MARKETING TURÍSTICO

Las diferentes acciones de marketing turístico nos llevan a estar en contacto con los posibles clientes potenciales interesados en nuestros productos turísticos, es así como proponemos tres tipos de acciones que son: ferias, viajes de familiarización y misiones comerciales:

1) FERIAS TURÍSTICAS

Son el escenario para el contacto directo entre la oferta, la demanda y el canal apropiado de la comunicación para: presentar productos turísticos, crear demandas, investigar la clientela, realizar contactos y seleccionar quien puede ayudar en la venta del producto.

Existen diferentes tipos de ferias las cuales le permitirían al comité, tener accesos directos con los posibles compradores. El Comité de Desarrollo Turístico deberá gestionar con el MITUR, MINEC, MAG y Otros espacios como la Mesa de Turismo de los Nonualcos y la Mesa Nacional de TRC, para que poder participar las ferias programadas por ellos, a través de las cuales se pueda generar la promoción de los productos turísticos que ofertaran en el municipio: aquí se puede mencionar la

Feria de Pueblos Vivos, las ferias de los Nonualcos, las ferias de CONAMYPE, Las Ferias Turísticas del MITUR, entre otras.

Para poder participar implica:

- a. Realizar relaciones públicas: encuentros, contactos, citas, conferencias con el Ministerio de Turismo.
- b. Montar stands o espacios que comuniquen el destino que queremos dar a conocer: empleando banner, canopy, mesas apropiadas, equipos para audiovisuales, fotografías gigantes, maquetas, mapas, artesanías entre otras.
- c. Maximizar el uso de servicios que ofrece la organización ferial.
- d. Asignar labores a cada persona que atiende el stand con la participación de los miembros del comité y las mismas iniciativas
- e. Ofrecer toda la información posible, la más completa e incentivos para ello, ejemplo: brochoures, sticker, banner, mapas, lápices, camisetas, gorras, tasa, estampas entre otras.
- f. Diseñar un mecanismo de seguimiento a las personas que se acercan a preguntar o muestran interés en nuestro producto turístico.

El comité deberá garantizar participar en al menos 8 ferias, cuatro de carácter nacional, dos de carácter regional y dos a nivel local, por cada año.

2) VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN

El viaje de familiarización es un medio de presentar un producto turístico de un determinado destino.

Con un viaje de familiarización se busca dar conocer en el sitio los elementos básicos del producto turístico que ofrece el destino, e informar en el sitio sobre las condiciones y entorno del destino para la inversión en turismo.

En los viajes de familiarización se debe seleccionar las empresas a las cuales se quiere invitar. Se puede invitar a tours operadores, periodistas o funcionarios de gobierno, lo importante es que a partir del viaje estas personas puedan promover el producto turístico.

Las alianzas estratégicas realizadas, pueden aliviar los costos, y estas se pueden llevar a cabo con las empresas interesadas en el destino a promover o comercializar.

Es importante efectuar un seguimiento de la acción con apoyo de las empresas representantes turísticas.

El comité deberá promover la realización de al menos tres viajes de familiarización por año, previos a cada temporada vacacional.

3) MISIONES COMERCIALES

El encuentro de empresarios emisores y receptores, en la sede del emisor con la finalidad de efectuar relaciones comerciales sobre un determinado destino, estas son ruedas de negocios que se dan muchas veces en el marco de las ferias turísticas.

Una misión comercial motiva la compra de productos turísticos por parte de un gran número de tour operadores en el mercado emisor. Esta motivación se efectúa mediante la presentación documental de los productos que ofrece un destino turístico adecuado para un mercado objetivo.

Las misiones comerciales pretenden:

- Dar a conocer la oferta de servicios y productos directamente a los tour operadores.
- Difundir la oferta de servicios, productos y en general el destino de la región.
- Brindar información de los destinos turísticos apropiados para los segmentos de mercado que ofrece un emisor.
- Efectuar acciones de relaciones públicas.

E. PLAN DE CAPACITACION

1. Introducción

El Plan de Capacitación del Recurso Humano tanto del Comité de Desarrollo Turístico de Tecoluca en general como de las diferentes iniciativas turísticas socias iniciales y potenciales, se llevará a cabo con el fin de que cada uno de los que formarán parte de esta estrategia, fortalezcan las competencias necesarias para impulsar el TRC en el municipio de Tecoluca, comprendiendo áreas de atención al turista en los diferentes servicios ofrecido, como también las capacidades empresariales, técnicas, operativas y administrativas necesarias para hacer una gestión adecuada del plan, el comité y las iniciativas aquí propuestas.

Para poder determinar qué tipo de formación y capacitación se deberá impartir, se considerará la siguiente información: primero habiendo identificado el recurso humano que formará parte de la organización del comité turístico y el personal que se necesitará para ofrecer los diferentes servicios turísticos, se gestionara con instituciones que brindan capacitaciones, tanto universidades, instituciones de gobierno y organizaciones sin fines de lucro, para que desarrollen los diferentes temas de interés. En tal sentido en el presente plan, se ha hecho una identificación inicial de módulos y temáticas que son necesarios, las orientaciones metodológicas para las capacitaciones y los recursos para ello.

Consideramos que la capacitación es una actividad sistemática, planificada y permanente cuyo propósito general es preparar, desarrollar e integrar a los recursos humanos al proceso productivo o de servicios, mediante la discusión de temas, el desarrollo de habilidades y actitudes necesarias

para el mejor desempeño de todos los trabajadores en sus actuales y futuros cargos y adaptarlos a las exigencias cambiantes del entorno.

2. OBJETIVOS

Objetivo General

Fortalecer las capacidades del recurso humano que impulsara el plan desarrollo turístico rural comunitario del municipio de Tecoluca a fin garantizar la adecuada implementación del mismo, tanto a nivel de Comité de Desarrollo Turístico municipal como en cada una de las iniciativas miembros.

Objetivos Específicos:

- Fortalecer las capacidades de gestión turística de los miembros del comité turístico municipal, así como de los propietarios de las iniciativas, cooperativistas, personal municipal y miembros de organizaciones sociales vinculadas al mismo a fin de conducir adecuadamente el desarrollo del TRC en Tecoluca.
- Generar las competencias técnico-vocacionales del personal que laboran o laboraran en las diferentes iniciativas turísticas en sus respectivas áreas de servicio que desempeñaran.

3. COMPONENTES DEL PLAN DE CAPACITACION

a. Estrategia de capacitación

1) Grupos sujetos de capacitación:

Se establecerán dos grupos objetivos de las capacitaciones, los cuales serán manejados en mediante grupos de 15 participantes por cada grupo, así:

Grupo 1: Miembros del comité turístico (Junta directiva y Asambleístas), dueños de iniciativas, cooperativistas, administradores, personal de la municipal, organizaciones sociales. A ellos se les proporcionara los **Módulos I, II y III**

Grupo 2: Dirigido a personal operativo de las iniciativas, empleados y jóvenes del municipio, que ya laboran en las mismas o son potencial mano de obra para estas.

2) Duración de los módulos:

La Duración de cada módulo será de 120 horas por modulo, jornadas de 6 horas, dos veces por semana, durante 2 meses y medio. Se manejara un grupo por modulo en cada uno de los años, es decir 30 participantes por año.

Al cabo de 3 años del proyecto se habrá formado a unos 90 personas en total, que estén o estarían vinculados directa e indirectamente con la actividad turística del municipio.

b. Módulos y temáticas de Capacitación

Los 4 módulos definidos en el plan de capacitación son los siguientes:

1) Módulo I: Gestión de Empresas turísticas

- 1) Turismo Rural Comunitario
- 2) Planificación de desarrollo turístico
- 3) Administración de empresas turísticas
- 4) Gestión de recursos: Financiamiento, cooperación y alianzas

2) Módulo II: Calidad y Buenas Prácticas

- 1) Buenas prácticas de Turismo sostenible
- 2) Normas Salvadoreñas de Turismo (en base las establecidas por la OSN)
- 3) Sistema de Gestión y desarrollo de la Calidad Turística

3) Módulo III: Operación y marketing turístico

- 1) Tour operador
- 2) Seguridad del turista
- 3) Promoción turística
- 4) Posicionamiento de marca
- 5) Inteligencia de Mercado turístico

4) Módulo IV: Operatividad de Servicios Turísticos

- 1) Cocina local
- 2) Manipulación de Alimentos
- 3) Preparación de bebidas nacionales
- 4) Servicio al Cliente
- 5) Servicio de Alojamiento
- 6) Servicio de Transporte
- 7) Servicio de guiado

c. Modalidades de capacitación

- ✓ Las capacitaciones podrán ser impartidas a través de cursos, seminarios o jornadas prácticas y teóricas.
- ✓ Es muy importante tener el conocimiento que otras experiencias puedan ofrecer y poder poner en práctica el intercambio de experiencias.

d. Requerimientos de recursos para capacitaciones

RECURSOS	LUGAR	QUIENES DARAN LAS CAPACITACIONES
Tiempo de duración de las capacitaciones: Puede variar de 4 a 8 horas diarias, y la cantidad de días durará dependiendo de la amplitud de la temática que se impartirá	<ul style="list-style-type: none">• Instalaciones de diferentes entes: El propio comité turístico, CORDES, las iniciativas o la municipalidad.• Si son prácticas también podría realizarse en las mismas iniciativas.	Opción 1: hacer contacto con profesionales en el ámbito turístico y empresarial del país. Opción 2: solicitar los servicios de capacitaciones brindadas por las instituciones que se dedican a la formación en turismo: MITUR, MNTRC, CORSATUR, Universidades, CONAMYPE, CENTROMYPE, Etc.

<p>Recursos didáctico visuales: pizarrón, proyección, equipo de trabajo: libros, libretas, lapiceros.</p> <p>Recurso humano: instructores, y personal coordinador</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones de las instituciones que brinden el servicio de capacitación. 	<p>Opción 3: buscar entidades no gubernamentales de cooperación extranjera que pueda ayudar y brindar apoyo económico o técnico a través de voluntarios para capacitar al recurso humano del municipio, considerando la modalidad de TRC.</p>
---	---	---

e. Requerimientos para un buen desarrollo de las capacitaciones

Información de los participantes:

- Área ocupacional a la que pertenecen
- Actividades que desempeñan
- Edad
- Escolaridad
- Horario de trabajo o jornada ocupada.

Condiciones del ambiente:

- Selección de aula local de las instalaciones
- Condiciones materiales e higiénicas
- Visibilidad, acústica, ventilación, etc.
- Servicios complementarios: cafetería, materiales, servicios, etc.

f. Capacitación Continua

Es de recordar que las capacitaciones deben darse cada cierto periodo de tiempo ya que el personal debe irse actualizando según las necesidades que surjan en el transcurso de la actividad turística y para ello se debe llevar un registro de las personas que han recibido capacitación, el tipo de capacitación que han recibido para poder dar seguimiento a las mismas, quienes son las personas que se están integrando y que necesitan ser capacitadas, y el rendimiento que están dando las capacitaciones a través de lo que refleja el rendimiento de las mismas en el trabajo diario que se realiza. (VER ANEXO 4.5 CONTROL Y NECESIDADES DE CAPACITACIÓN).

F. PLAN DE GESTION E INCIDENCIA

1. Introducción

El Plan de Gestión de Cooperación Inter-institucional, es uno de los componentes esenciales de la estrategia de Desarrollo de TRC para Tecoluca, pues es determinante para la viabilidad y

sostenibilidad económica, social, política, cultural y ambiental de modelo propuesto. En este se abordan los elementos que están fuera del control del comité, pero que son esenciales para el buen desarrollo del TRC en el municipio, entiéndase: La seguridad pública de la zona, la infraestructura de vías de acceso en las rutas y hacia las diferentes iniciativas, la salud y saneamiento del entorno de la iniciativas y de las comunidades donde se localizan las iniciativas, la prevención y gestión de riesgos de las rutas y las mismas iniciativas, los procesos de educación turística a la comunidad en que se localizan las iniciativas turísticas, así como también la gestión de los recursos financieros y técnicos para las mejoras de las capacidades y condiciones de los servicios turísticos, y el establecimiento de alianzas a nivel local, regional, nacional e internacional con redes de TRC, operadores turísticos con enfoque de TRC, cámaras o instancias con que se compartan visiones y que puedan aunar esfuerzos en beneficio del desarrollo turístico del municipio y el TRC en general. En este último apartado el comité deberá apostar por la incidencia en leyes, políticas y programas de turismo a nivel de país en el marco de alianzas de TRC, a efectos de que esta modalidad de turismo sea reconocida y beneficiada de los incentivos que existen para el sector.

Dentro de esta propuesta se incluye un conjunto de estrategias de gestión para cada uno de los elementos antes señalados, a fin de que pueda obtenerse la colaboración de las instituciones pertinentes para el desarrollo de los productos turísticos del municipio. Aquí es importante, la matriz de interesados establecidas en el capítulo de diagnóstico, donde se detalla la coordinación que debe llevarse a cabo entre el comité, la municipalidad e instituciones con presencia en el municipio.

Los principales mecanismos que permitirán hacer de la gestión, un proceso más eficiente y eficaz, son la comunicación, la incidencia y la negociación. Para ello, será importante el mapa de actores, sus intereses y el establecimiento de aliados estratégicos como son las propias iniciativas miembros del comité, la municipalidad, las comunidades, la mesa nacional de TRC, entre otras, pues ello potenciaría las posibilidades de obtener resultados positivos en diferentes gestiones.

2. OBJETIVOS

Objetivo General

Desarrollar el conjunto de estrategias de gestión que permitan la obtención de los apoyos necesarios para el desarrollo integral del TRC de Tecoluca, garantizando los recursos económicos, servicios básicos, técnicos, humanos y materiales para la integralidad y sostenibilidad de la propuesta.

Objetivos Específicos

- Desarrollar una estrategia que facilite la disposición de dispositivos y un ambiente de seguridad ciudadana en el municipio, especialmente en las rutas e iniciativas turísticas que garanticen la integridad física del turista y el desarrollo de las actividades en un ambiente de tranquilidad y confianza.
- Establecer una estrategia de Gestión para la mejora de la infraestructura de vías de acceso y el mantenimiento de mismas, a fin generar un flujo turístico en las rutas durante todo el año.

- Contar con una estrategia de Gestión de la Salud y Saneamiento básico en las comunidades y entornos de las iniciativas turísticas que garantice la salubridad e higiene del ambiente en que se desarrolla la actividad turística.
- Contar con estrategia de Prevención y Gestión de Riesgos de las rutas e iniciativas turísticas a efectos de contar con las alternativas prevengan o reduzcan el impacto de las situaciones de emergencia en la actividad turística del municipio.
- Desarrollar una estrategia de Gestión de Educación Turística hacia las Comunidades en donde se ubican las iniciativas turísticas y población del municipio en general a fin de sensibilizar sobre los beneficios y generar una actitud favorable hacia el turismo.
- Diseñar una estrategia de Gestión de los Recursos Financieros necesarios para la implementación del plan de desarrollo turístico mediante el acceso a fuentes de financiamiento retornable o no retornable.
- Contar con una estrategia de Gestión de Recursos técnicos, humanos, servicios o materiales que potencien el desarrollo del TRC de Tecoluca
- Establecer la estrategia de Alianzas a nivel local, Regional, Nacional e Internacional, a efectos de potenciar las diferentes gestiones de cooperación e incidencias para el desarrollo del TRC en Tecoluca y a nivel de País en general.

3. COMPONENTES DEL PLAN DE GESTION E INCIDENCIA

A continuación se plantea las diferentes estrategias propuestas en el presente plan, cuya responsabilidad de ejecución recaen en la Junta Directiva del Comité y en la gerencia del mismo.

AREA	OBJETIVOS	ESTRATEGIA	ENTE HACIA EL QUE SE DIRIGE LA GESTION	ALIADOS
SEGURIDAD	Seguridad al turista y Seguridad a iniciativas	Gestión de comité para seguridad en rutas, a grupos de paquetes, fines de semana y temporada alta.	POLITUR CAM de Tecoluca	Municipalidad Comunidades
INFRAESTRUCTURA	Mejora de vías de acceso y muelles de embarque su manteniendo	Gestión de comité con contrapartida de municipalidad para mantenimiento	MOP	Municipalidad Comunidades
SALUD	Mejora del saneamiento ambiental: agua, desechos, higiene e inocuidad de zonas de las rutas e iniciativas turísticas	Realización de campañas de limpieza y saneamiento de áreas naturales, áreas comunales y educación en salud ambiental en las comunidades de las rutas e iniciativas turísticas.	Unidad de Salud ECOS familiares Ministerio de Salud Municipalidad	PROVIDA Municipalidad Comunidades
GESTION DEL RIESGO	Reducción del impacto de las situaciones de emergencias en el	Contar con plan de gestión del riesgo en las rutas e iniciativas turísticas en	COE Municipal COE Departamental Dirección de Protección Civil	Municipalidad Comunidades

	desarrollo de la actividad turística	coordinación con el comité de emergencia municipal y departamental		
EDUCACION TURISTICA	Mejorar la sensibilidad y disposición de las comunidades y población del municipio a contribuir a la actividad turística	Desarrollar campañas de educación sobre la importancia del turismo y especialmente el TRC en medios locales (Radio Tehuacán) y en los centros escolares del municipio.	Comunidades Población en General del municipio Centros Educativos	Municipalidad ADESCOS Organizaciones sociales CIDEP
RECURSOS FINANCIEROS	Obtención de recursos financieros para la implementación del plan de desarrollo del TRC de Tecoluca	Presentar propuestas de plan en general y planes específicos para gestión de cooperación financiera en calidad de donación o financiamiento en condiciones favorables ante organismos nacionales e internacionales	FOMILENIO FONDEPRO CONAMYPE MITUR Cooperación Española	Municipalidad CORDES CRIPDES Organizaciones sociales
RECURSOS TECNICOS	Obtención de recursos materiales, servicios de apoyo, recurso humano y asistencia técnica para la implementación del Plan de desarrollo del TRC de Tecoluca	Presentar propuestas para gestión de capacitaciones, personal voluntario, material publicitario, participación en ferias, asistencia técnica y estudios a diferentes instituciones públicas y privadas estableciendo convenios o cartas de cooperación.	MITUR CONAMYPE MINEC MARN MAG Universidades nacionales y extranjeras Organismos especializados en Turismo	Municipalidad CORDES CRIPDES Organizaciones sociales
ALIANZAS DE COOPERACION	Obtención de recursos, intercambio de experiencias, relaciones de negocios e incidencia en TRC a nivel nacional e internacional	Participar en redes de TRC a nivel regional, nacional e internacional que faciliten el acceso a fuentes de cooperación e incidencia en favor del TRC a nivel local y nacional.	Mesa de Turismo de los Nonualcos MNTRC Red Centroamericana de TRC MITUR SICA	Municipalidad CORDES

G. PLAN DE GESTION DE LA CALIDAD TURISTICA

1. Introducción

El Plan de Gestión de la Calidad Turística, es el componente de plan de desarrollo del TRC de Tecoluca, donde se desarrollaran todas aquellas actividades para mantener una calidad adecuada en los servicios a ofrecer, planificar y asegurar la calidad en la atención al turista, para que exista una satisfacción de este, así como también velar por que se protejan los recursos naturales y

culturales, y que en general existan buenas prácticas de turismo, cumpliendo con estas prácticas, en todo momento para que tanto el turista como el ofertante y las comunidades receptoras, no se vean afectados en la práctica de este tipo de actividades. Dentro de este plan se tratará tanto el sistema de gestión de la calidad que comprende la documentación, la definición de políticas de calidad, normas de calidad, así como también cual va a ser la responsabilidad del Comité ante la práctica de calidad en el servicio entre otros aspectos. Pero además se establecerán las pautas para el establecimiento de buenas prácticas de turismo, desde una perspectiva de Turismo Rural Comunitario.

En el turismo en general, las empresas turísticas dan cuenta que los consumidores son más exigentes y la competencia es creciente, esto obliga a adoptar y mejorar sistemas de gestión y la calidad en los servicios que se ofrecen.

La estrategia competitiva si bien debe basarse en reducir costos, no se debe dejar de lado las repercusiones medioambientales y sociales-culturales dentro de un desarrollo sostenible. Pensando en este sentido se plantea la propuesta de un Sistema de Gestión de la Calidad para la propuesta de Desarrollo de TRC en el municipio de Tecoluca plantea dos programas o sub-planes, el de gestión de la calidad y las buenas prácticas de TRC, los cuales están destinados a garantizar a los clientes excelencia en el servicio. Siendo el Comité de Turismo que conglomerará las iniciativas turísticas, quien fungirá como administrador de este sistema, verificando que las iniciativas cumplan con las expectativas de los turistas, y midiendo el desempeño funcional.

El concepto de calidad, como herramienta de gestión administrativa, busca como objetivo la satisfacción del cliente y la mejora continua de los servicios y productos que se brindan al cliente. El concepto de calidad total, en empresas de servicios turísticos responde a la satisfacción plena de los usuarios en términos de atención, calidad de servicio, bienestar, seguridad y, a su vez, responde al mejoramiento continuo de la imagen y afianzamiento empresarial. Para lograr lo mencionado anteriormente, las empresas de servicios turísticos deben buscar el cambio como inicio para la implantación de una nueva forma de trabajo, el trabajo con calidad.

El turismo debe ser tratado como un negocio, la calidad en el servicio debe ser analizada desde el punto de vista de cómo conseguirlo, teniendo como resultado que la calidad en un servicio turístico debe gestionarse, mantenerse y monitorearse.

Otro aspecto referente al concepto de calidad, es el hecho de que la calidad total incrementa la productividad, utilidad y rentabilidad de las empresas turísticas a través de la búsqueda de eficiencia. Esto significa que no deben buscarse grandes ganancias a corto plazo, sino por el contrario, el afianzamiento de la organización en el mercado competitivo y la supervivencia de la misma por medio de la calidad, por lo cual la rentabilidad se consigue a mediano y largo plazo. Ver ANEXO 4.6: CONDICIONES PARA EL ÉXITO DEL NEGOCIO EN TURISMO.

2. OBJETIVOS

Objetivo General

Diseñar una propuesta de gestión de la calidad turística para la municipio de Tecoluca en el marco del desarrollo del TRC, que incluya un sistema de gestión de la calidad en la prestación de servicio y la aplicación de buenas prácticas de turismo con enfoque de TRC, que además permita medir el desempeño funcional del conjunto y de cada una iniciativas miembros del comité turístico del municipio, para brindar servicios turísticos que satisfagan las expectativas de los turistas formando una propuesta de desarrollo sostenible económico, social, ambiental y culturalmente para las comunidades.

Objetivos Específicos

- Diseñar un sistema de gestión de la calidad y buenas prácticas de turismo que permita planificar y asegurar la calidad, mantener la calidad en la atención al turista.
- Diseñar un programa de seguimiento y control para la implementación de un sistema de indicadores que permita evaluar el desempeño funcional de las iniciativas turísticas y de la asociación de turismo.
- La propuesta de gestión de la calidad y buenas practicas debe garantizar el buen desempeño de los factores más profundos que determinan la calidad según la OMT, como son: Seguridad a la salud, a la integridad del consumidor; la higiene lugares y establecimientos, e inocuidad en alimentos; la accesibilidad que elimine las barreras físicas, de comunicación y de servicios para permitir, sin discriminación por enfermedad o discapacidad; la transparencia de una comunicación efectiva de información fidedigna sobre las características y la cobertura del producto y sobre su precio total; la autenticidad: que permita diferenciarlo claramente el producto de otros similares; y la armonía con el entorno humano y natural se enmarca en el territorio de la sostenibilidad, un concepto a medio y a largo plazo.

3. COMPONENTES DEL PLAN DE GESTION DE LA CALIDAD TURISTICA

Los componentes del Plan de Gestión de la Calidad Turística son dos, el Sistema de Gestión de la Calidad y la Propuesta de Buenas Prácticas de Turismo:

a. Sistema de Gestión de la Calidad

El Sistema de Gestión de Calidad se refiere a la forma en que una empresa o institución dirige y controla todas las actividades que están asociadas a la calidad.

Ventajas de implantar un Sistema de Gestión de Calidad.

- ✓ Aumento de beneficios
- ✓ Aumento del número de clientes
- ✓ Motivación del personal
- ✓ Fidelidad de los clientes
- ✓ Organización del trabajo
- ✓ Mejora de las relaciones con los clientes

- ✓ Reducción de costos debido a la mala calidad
- ✓ Aumento de la cuota de mercado

Por lo tanto la Junta Directiva dentro del Comité de Desarrollo Turístico de Tecoluca será el que dirigirá y controlará la calidad en todas las actividades turísticas que se esperan realizar en la zona. Para la realización del sistema de gestión de calidad se debe tener en cuenta, los siguientes puntos:

1) Documentación

El Comité de Desarrollo Turístico deberá establecer, documentar, implementar y mantener un sistema que le permita asegurar globalmente la calidad de los productos y servicios turísticos que se van a ofertar. Para esto se deberá tener en cuenta las políticas y objetivos de calidad, la elaboración de instrumentos de control y otros documentos y registros que permitan asegurar la eficaz planificación, aseguramiento y control de calidad de las actividades turísticas. Todo lo que se realice deberá quedar documentado como prueba del desarrollo del sistema y de las mejoras que se vayan efectuando a medida va progresando el servicio turístico

2) INSTRUMENTOS DE CONTROL DE CALIDAD

Las personas encargadas del área de calidad dentro del comité, deberán realizar diferentes actividades en base a instrumentos de control que se describen a continuación:

- **Satisfacción del cliente**

Método empleado para medir la satisfacción del cliente con el servicio y priorizar las acciones de mejora, es el método SERV-QUAL. El cual consiste en que al cliente se le preguntara la importancia que para él tiene cada uno de los atributos del servicio recibido y el grado de satisfacción con cada uno de estos atributos.

Los atributos que se listaran están: comodidad, confianza, atención, expectativas cumplidas de acuerdo a lo promocionado, seguridad, diversión, higiene. Y el formato a presentar es el siguiente:

La persona encargada de la calidad deberán de entregar a la recepcionista estos formatos los cuales ella deberá dar al turista al finalizar su visita en esta la recepcionista deberá colocar si esa persona compro un paquete si fue este el caso el número que identifica al paquete para poder conocer que actividades se le fueron proporcionadas, en el caso que haya realizado actividades individuales que tipo de actividades realizo.

Luego de esto deberá dársele el formato y dejar que chequeo los cuadros que allí aparecen tanto en la importancia del tributo y la satisfacción que obtuvo de esos.

GRADO DE SATISFACCIÓN: los grados de satisfacción se medirán a través de estas notas cualitativas las cuales al ser analizados se medirá el porcentaje que cada una de estas calificaciones presenta en cada atributo. VER ANEXO 4.7: INSTRUMENTOS DE GESTIÓN DE CALIDAD Y NIVELES DE SATISFACCION

3) Compromiso con la calidad turística

El comité turístico, deberá estar comprometida con el desarrollo e implementación del sistema de gestión de la calidad, así como la mejora continua y deberá comunicar a todos los miembros del comité turístico e iniciativas miembros la importancia de satisfacer las expectativas del cliente. Así mismo, deberá establecer la política y objetivos de calidad las cuales se deberán de estar revisando una vez por año por la alta Junta Directiva y los responsables asignados para realizar cambios y mejoras.

Dentro de la Junta Directiva del Comité, se encontrará una persona encargada de la unidad de calidad y buenas prácticas de turismo quien se encargará de las evaluaciones y análisis que se realizarán para las diferentes actividades turísticas, de acuerdo al tipo de turismo que se ofrecerá en la zona, utilizando las hojas de chequeo de las evaluaciones internas y la encuesta para turistas que se detallan en el punto de la planificación.

4) Objetivos de Calidad

Objetivo General:

Satisfacer las necesidades del cliente, cumpliendo altos estándares de calidad en los diferentes servicios turísticos a ofrecer en el marco de TRC.

Objetivos específicos:

- ✓ Dar a conocer el medio natural en el que se encuentran las iniciativas con la observación de flora, fauna y vistas panorámicas que permitan superar las expectativas de los turistas.
- ✓ Permitir al turista una experiencia única al conocer cada una de las actividades agropecuarias y agroindustriales que se realizan en la zona, conviviendo con los habitantes de la comunidad, conociendo sus costumbres y su forma de vivir.
- ✓ Asegurar que el turista disfrute de las diferentes actividades de aventura que se realicen en la zona con el fin de satisfacer sus emociones e inquietudes al practicarlos.
- ✓ Dar a conocer al turista la reseña histórica de la zona, así como su importancia actual como forma de identidad cultural y conservación ambiental, con el fin de que el turista adquiera un conocimiento más sobre la historia de la comunidad.
- ✓ Establecer instrumentos de control que ayuden a conocer la opinión de los turistas con respecto al servicio y las actividades realizadas con el fin de identificar problemas, mejorar y mantener la calidad en los servicios turísticos.
- ✓ Asignar encargados para el análisis y evaluación de la calidad en las actividades turísticas y los responsables de verificar e inspeccionar de forma interna cada uno de los servicios turísticos
- ✓ Informar al turista sobre el tipo de turismo que desea realizar, para que se entere de la condición física que necesita para efectuarla.
- ✓ Identificar los servicios turísticos que cumplen con las condiciones de calidad y sancionar a los que no las cumplen.

5) Política de Calidad

El Comité de Desarrollo de Turismo Rural Comunitario de Tecoluca, tiene el compromiso de ofrecer servicios turísticos de calidad que satisfagan las necesidades y requerimientos de los clientes,

buscando la mejora continua en la realización de los servicios; además de cumplir con las normas de calidad, seguridad y ambientales aplicables al sector turístico en general y con énfasis en TRC.

Después de haber formulado la política, se deberá formular normas de calidad a nivel de comité, para que los propietarios de los servicios turísticos las acaten y de esta manera mantener la calidad de cada una de las actividades.

6) Normas de calidad

Algunas normas propuestas son:

- ✓ El comité deberá revisar y hacer mejoras en caso de que lo requieran las políticas de calidad dos veces al año.
- ✓ El encargado de realizar las evaluaciones y su respectivo análisis será el representante de la unidad de calidad y buenas prácticas de turismo y las iniciativas involucradas.
- ✓ La evaluación interna se realizará cada tres meses y la evaluación externa cada seis meses.
- ✓ Se le dará suspensión del servicio o actividad turística a todo miembro del comité turístico que no apruebe el cumplimiento de las evaluaciones internas y externas que muestren la calidad del lugar. La suspensión implicará que no se incluirá en las actividades del comité hasta que supere las deficiencias.
- ✓ Difundir las buenas prácticas ambientales mediante la señalización específica para los visitantes.

7) Gestión de Recursos para la calidad

El Comité Turístico debe determinar y proporcionar los recursos necesarios para implementar y mantener el sistema de gestión de la calidad y mejorar su eficacia, teniendo en cuenta:

- ✓ La integración del personal para llevar a cabo la implementación del sistema. El comité deberá hacer conciencia a cada uno de los miembros del comité, iniciativas turísticas y el personal de las mismas, así como en responsable de llevar a cabo las evaluaciones en las actividades turísticas, ya que para satisfacer y atraer la atención de los turistas se debe brindar un servicio de calidad, por lo tanto cada uno de los integrantes del comité deberá acatar las recomendaciones y normas del sistema, así como también cumplir con las evaluaciones que se realizarán durante ciertos periodos mencionados en las normas y así brindar un servicio turístico de calidad
- ✓ La capacitación del personal. El comité, tal como se establece en el plan de capacitación, deberá estar consciente que para poder tener personas capaces de realizar evaluaciones y conocer los términos de calidad y su importancia durante la prestación del servicio es necesario tener personal capacitado en estas áreas que permitan aportar mejoras durante la realización del sistema de gestión. Para esto deberá realizar un programa de capacitación que se comienza realizando un diagnóstico de necesidades de capacitación, con el cual se identificarán las áreas en que el personal requiere aprendizaje.

Algunas capacitaciones pueden estar dirigidas a:

1. Calidad de los destinos turísticos
2. Calidad de los productos turísticos
3. Calidad de los sectores empresariales

4. Qué es un sistema de calidad
 5. Administración del control de calidad
 6. La gestión y mejoramiento de la calidad
 7. Planes y aseguramiento de la calidad
 8. Atención al turista, etc.
- ✓ La estructura y el equipamiento. Cada iniciativa debe procurar integrar los mismos recursos de la zona y no resultar agresivo con el entorno natural y arquitectónico, se deberá adecuar los elementos principales (fachada, puertas, ventanas, ambiente, etc.) a las características constructivas del núcleo donde se halle. Debe presentar un buen estado de conservación.
 - ✓ El comité en cada iniciativa, deberá procurar mantener la estructura física y natural de la zona, ya que será un elemento muy importante para la atracción del turista, por lo tanto deberá informar al comité turístico sobre las características del servicio que se ofrecerá y de cómo mantener cada uno de los lugares donde se llevara a cabo la actividad turística teniendo en cuenta los modelos que servirán como guía para llevarlo a cabo.

8) Planificación de la Calidad Turística

El comité debe planificar y desarrollar los procesos necesarios para la prestación del servicio, incluyendo la verificación, validación, seguimiento e inspección cuando fuere necesario.

La planificación incluye identificar cuáles serán los posibles estándares de calidad para el servicio turístico y establecer la manera de satisfacerlos.

Para la planificación del sistema se tendrán en cuenta los siguientes pasos:

- a) Definir los puntos claves: Estos ayudarán a evaluar los lugares turísticos, ya que se tendrán como estándares de calidad.
- b) Identificar instrumentos para evaluaciones internas.
- c) Se formularan formatos que ayuden a llevar una inspección del lugar a evaluar.
- d) Identificar instrumentos para evaluaciones externas. Se formulara una encuesta a los turistas para identificar si se ha cumplido con sus expectativas en el servicio turístico
VER ANEXO 4.8 PUNTOS CLAVES EN LA CALIDAD TURÍSTICA, ANEXO 4.9 RANGOS PARA LA EVALUACION DE CALIDAD Y ANEXO 4.10 EVALUACIÓN INTERNA Y EXTERNA

b. ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD

El comité debe planificar e implementar procesos de seguimiento, análisis y mejora necesarios para demostrar la conformidad del producto o servicio respecto a los requisitos del mercado, asegurarse de la conformidad del sistema de gestión de la calidad en sí y la mejora continua de la eficacia del mismo.

El aseguramiento de la calidad debe proveer la confianza de que el servicio turístico satisfacerla las expectativas de los turistas, teniendo en cuenta las sugerencias y respuestas obtenidas de la encuesta realizada a los mismos.

Por lo tanto, las sugerencias proporcionadas por los turistas ayudaran para tomar acciones correctivas en las actividades turísticas, así mismo de las respuestas obtenidas de la encuesta para turistas, se establecerán rangos que permitirán evaluar las condiciones de las actividades con respecto a la calidad que se le está prestando al turista y así poder realizar mejoras al sistema y asegurar la calidad del servicio turístico. VER ANEXO 4.9 RANGOS PARA LA EVALUACIÓN DE LA CALIDAD.

Las acciones correctivas que se pueden efectuar para asegurar la calidad dependerán de la forma en que se deben afrontar según la tabla anterior y de cada uno de los puntos claves calificados como deficientes.

Posteriormente al esfuerzo realizado en términos de la calidad por el comité, durante y después de la implementación del sistema de calidad, prosigue la evaluación de dicha implementación mediante auditorías de calidad (por terceros) donde se puede evidenciar y registrar cuan idóneo es el sistema de gestión de calidad, así como las mejoras que deben continuarse promoviendo de manera que la calidad pase de ser un simple concepto a una mejora diaria, motivada principalmente por los logros obtenidos y la satisfacción del cliente

Algunas recomendaciones que se deben de considerar para mantener y mejorar el sistema son:

- ✓ Escuchar la opinión del cliente sobre el servicio recibido
- ✓ Saber y medir si todo el servicio que se realiza está bien y a tiempo
- ✓ Conocer sobre como la competencia brinda su servicio.
- ✓ Conocer el avance de nuevos proyectos, nuevos productos y nuevos mercados.
- ✓ Realizar cambios y mejoras en objetivos, políticas y normas de calidad del sistema
- ✓ Mejorar el Servicio al cliente que actualmente se brinda.
- ✓ Mantener y mejorar el servicio que se brinda a los clientes, si este está calificado como satisfactorio
- ✓ Realizar las acciones correctivas de acuerdo a los puntos claves incumplidos
- ✓ Someterse a auditorias por terceros
- ✓ Someterse a la obtención de la certificación de calidad del servicio turístico

Por lo tanto, el comité turístico deberá de tener en cuenta que para ofrecer un servicio total de calidad tendrá que considerar otros elementos como buscar la certificación y acreditación de calidad a un largo plazo, en la cual se realizarán auditorias (por terceros) al sistema de calidad que como comité estén implementando, al cual se le deberán de realizar mejoras de acuerdo a las normas por las cuales se certificará. A futuro el comité debiese aspirar a certificaciones en el marco de las ISO 9001 sobre sistemas de calidad, ISO 14001 sobre gestión ambiental.

C. SISTEMA DE BUENAS PRACTICAS DE TURISMO

La implementación de las Buenas Prácticas de Turismo, pretende corregir o mejorar la situación actual y futura de las empresas, con el fin de prevenir o minimizar los posibles impactos negativos que puede generar la actividad turística, optimizando la calidad de los servicios ofrecidos al visitante. Las Buenas Prácticas para Turismo son una herramienta que facilita a las empresas comunitarias adoptar acciones concretas que les permitan orientar su gestión hacia la práctica de un turismo sostenible.

El turismo sostenible ha sido definido por la Organización Mundial del Turismo como aquel que “conduce a la gestión de todos los recursos de tal forma que permita satisfacer todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, mantener la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que apoyan la vida”

Hacer del turismo sostenible una realidad, conlleva la adopción de “buenas prácticas”, que son aquellas medidas de corrección o mejoramiento que se implementan en todas y cada una de las áreas de gestión operación de las empresas turísticas. Estas acciones tienen como meta garantizar que se está produciendo el menor impacto posible, que se mejora la calidad del producto turístico así como su imagen frente al cliente y que se hace más eficiente el desarrollo empresarial y, por ende, su desempeño socioeconómico.

Por lo tanto, es muy importante para el comité de desarrollo del TRC de Tecoluca, conocer sobre ellas y tenerlas en cuenta para aplicarlas durante el desarrollo y futuro del presente Plan de Desarrollo Turístico del Municipio. De esta manera, se lograrían los beneficios fundamentales del turismo sostenible: mejorar la calidad de vida de las población, brindar al visitante una experiencia de alta calidad y conservar la calidad del medio ambiente del que dependen los actores involucrados en la actividad turística: poblaciones locales, visitantes y empresas. VER ANEXO 4.11 BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO.

CAPITULO V: EVALUACION ECONOMICA Y FINANCIERA E IMPLEMENTACION DE LA ESTRATEGIA

A continuación se detalla un resumen del contenido del estudio económico y financiero efectuado, asimismo las respectivas evaluaciones referentes a la sostenibilidad del proyecto sobre estos temas y otros referentes al nivel de contribución al desarrollo local, asimismo se muestra la organización para la implementación de la Estrategia planteada.

Para mayor detalle referirse a los Anexos 5.1 Inversiones de la Estrategia de desarrollo de TRC en el municipio de Tecoluca, Anexo 5.2 Propuestas de Financiamiento, Anexo 5.3 Costos para el funcionamiento y prestación de servicios del CDTT, 5.4 Presupuesto de ingresos y egresos, Anexo 5.5 Estados financieros proforma del CDTT, Anexo 5.6 Evaluación económica, 5.7 Evaluación financiera del proyecto, 5.8 Evaluación de las contribuciones en el ámbito Local.

A. INVERSIONES DE LA PROPUESTA

INVERSION NECESARIA

TOTAL MONTO DE INVERSIÓN Y CAPITAL	
RUBRO	MONTO
INVERSIÓN FIJA TOTAL	\$153,765.41
CAPITAL DE TRABAJO TOTAL	\$22,590.94
INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO	\$176,356.35

FUENTES DE APOYO Y FINANCIAMIENTO

Estructura de Financiamiento			
		%	MONTO
Recursos Propios	Aporte de Socios	5%	\$8,817.82
	Alcaldía Municipal de Tecoluca	15%	\$26,453.45
Pasivos Financieros	BANDESAL ¹³	80%	\$141,085.08
	Total	100%	\$176,356.35

COSTO UNITARIO DE LOS PRODUCTOS TURISTICOS (PAQUETES TURISTICOS)

COSTO TOTAL UNITARIO POR PAQUETES		
RUTA	PAQUETE	COSTO TOTAL UNITARIO

¹³ Líneas de Financiamiento Primer Piso, Apoyando a las Actividades Estratégicas: Fomento al Turismo

RUTA MEMORIAS DE TEHUACAN	DE UN DIA	\$25.90
	DOS DIAS Y UNA NOCHE	\$74.67
RUTA LOS CAMINOS DEL MARAÑÓN		
RUTA LOS CAMINOS DEL MARAÑÓN	DE UN DIA	\$33.77
	DOS DIAS Y UNA NOCHE	\$89.77
RUTA BRISAS DE LEMPA-MAR		
RUTA BRISAS DE LEMPA-MAR	DE UN DIA	\$36.17
	DOS DIAS Y UNA NOCHE	\$61.17

SITUACION DE EQUILIBRIO DEL PROYECTO

Detalle de punto de equilibrio en unid. Monetarias para paquetes Individuales por Rutas

PAQUETE INDIVIDUAL	RUTA MEMORIAS DE TEHUACAN		RUTA LOS CAMINOS DEL MARAÑÓN		RUTA BRISAS DE LEMPA-MAR		TOTAL
	Paquete 1	Paquete 2	Paquete 3	Paquete 4	Paquete 5	Paquete 6	
Ventas Proyectadas	\$4,160.00	\$16,065.00	\$7,300.00	\$24,120.00	\$9,380.00	\$18,760.00	\$79,785.00
Punto de equilibrio	\$739.34	\$4,184.34	\$1,633.47	\$5,851.59	\$2,351.78	\$4,203.08	\$18,963.59
Costos Fijos Totales	\$476.13	\$1,838.72	\$835.52	\$2,760.65	\$1,073.59	\$2,147.17	\$9,131.78
Precio de Venta	\$20.00	\$35.00	\$20.00	\$45.00	\$20.00	\$35.00	
Costo Variable Unitario	\$7.12	\$19.62	\$9.77	\$23.77	\$10.87	\$17.12	\$41,067.66
Margen de Contribución	\$12.88	\$15.38	\$10.23	\$21.23	\$9.13	\$17.88	

Detalle de punto de equilibrio en unid. Monetarias para paquetes Familiares y amigos por Rutas

PAQUETE FAM/AMIGOS	RUTA MEMORIAS DE TEHUACAN		RUTA LOS CAMINOS DEL MARAÑÓN		RUTA BRISAS DE LEMPA-MAR		TOTAL
	Paquete 1	Paquete 2	Paquete 3	Paquete 4	Paquete 5	Paquete 6	
Ventas Proyectadas	\$24,320.00	\$93,765.00	\$42,560.00	\$140,733.00	\$54,720.00	\$109,459.00	\$465,557.00
Punto de equilibrio	\$4,451.79	\$26,180.06	\$10,027.38	\$36,280.22	\$14,636.70	\$25,825.15	\$117,401.31
Costos Fijos Totales	\$2,783.54	\$10,731.86	\$4,871.20	\$16,107.57	\$6,262.97	\$12,528.11	\$53,285.24
Precio de Venta	\$76.00	\$133.00	\$76.00	\$171.00	\$76.00	\$133.00	
Costo Variable Unitario	\$28.48	\$78.48	\$39.08	\$95.08	\$43.48	\$68.48	\$252,242.28
Margen de Contribución	\$47.52	\$54.52	\$36.92	\$75.92	\$32.52	\$64.52	

El resultado obtenido del punto de equilibrio en unidades monetarias se interpreta como las ventas necesarias para que el Comité opere sin pérdidas ni ganancias. Si sus ventas están por debajo de esa cantidad, el CDT pierde y por arriba de la cifra mencionada para cada paquete son utilidades para la

empresa. De los cuadros anteriores se muestra que durante el primer año de operaciones del proyecto, se cubren los costos fijos mediante la venta de la cantidad de paquetes pretendida.

Detalle de punto de equilibrio en unidades para paquetes Individuales por Rutas

PAQUETE INDIVIDUAL	RUTA MEMORIAS DE TEHUACAN		RUTA LOS CAMINOS DEL MARAÑÓN		RUTA BRISAS DE LEMPA-MAR		TOTAL
	Paquete 1	Paquete 2	Paquete 3	Paquete 4	Paquete 5	Paquete 6	
Ventas Proyectadas	208	459	365	536	469	536	2573
Punto de equilibrio	37	120	82	130	118	120	606
Costos Fijos Totales	\$476.13	\$1,838.72	\$835.52	\$2,760.65	\$1,073.59	\$2,147.17	\$9,131.78
Precio de Venta	\$20.00	\$35.00	\$20.00	\$45.00	\$20.00	\$35.00	
Costo Variable Unitario	\$7.12	\$19.62	\$9.77	\$23.77	\$10.87	\$17.12	\$41,067.66
Margen de Contribución	\$12.88	\$15.38	\$10.23	\$21.23	\$9.13	\$17.88	

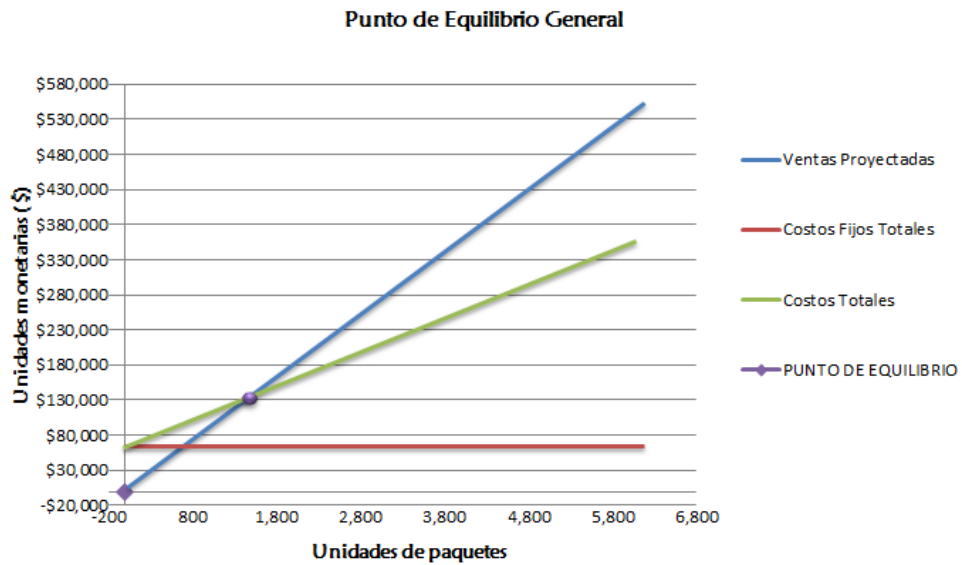
Detalle de punto de equilibrio en unid. Monetarias para paquetes Familiares y amigos por Rutas

PAQUETE INDIVIDUAL	RUTA MEMORIAS DE TEHUACAN		RUTA LOS CAMINOS DEL MARAÑÓN		RUTA BRISAS DE LEMPA-MAR		TOTAL
	Paquete 1	Paquete 2	Paquete 3	Paquete 4	Paquete 5	Paquete 6	
Ventas Proyectadas	320	705	560	823	720	823	3951
Punto de equilibrio	59	197	132	212	193	194	986
Costos Fijos Totales	\$2,783.54	\$10,731.86	\$4,871.20	\$16,107.57	\$6,262.97	\$12,528.11	\$53,285.24
Precio de Venta	\$76.00	\$133.00	\$76.00	\$171.00	\$76.00	\$133.00	
Costo Variable Unitario	\$28.48	\$78.48	\$39.08	\$95.08	\$43.48	\$68.48	\$252,242.28
Margen de Contribución	\$47.52	\$54.52	\$36.92	\$75.92	\$32.52	\$64.52	

Según indica el punto de equilibrio en unidades es que para que la empresa esté en un punto en donde no existan pérdidas ni ganancias, se deberán vender las cantidades de paquetes al año como se muestra en el cuadro anterior, considerando que conforme aumenten las unidades vendidas, la utilidad se incrementará.

A continuación, tomando como referencia la información previamente planteada, se muestra la gráfica del Punto de Equilibrio General de todo el proyecto, para la oferta de los diferentes paquetes:

PUNTO DE EQUILIBRIO GENERAL CDT		
	Unidades de paquetes	Dinero
Ingresos	6524	\$545,342.00
Costos Fijos		\$62,417.02
Costos Variables		\$293,309.94
Costos Totales		\$355,726.96
Punto de Equilibrio	1592	\$136,364.89



La gráfica muestra que el punto de equilibrio del proyecto se encuentra en las 1592 unidades (paquetes), las ventas mínimas que se podría soportar durante el proyecto equivalen a \$136,364.89, en ese punto no se estaría incurriendo en pérdidas.

B. EVALUACIONES DE LA PROPUESTA

1. EVALUACION ECONOMICA

TMAR	TIR	VAN	B/C
7.27%	80%	\$ 448,686.4	3.54

2. EVALUACIÓN FINANCIERA

RENTABILIDAD			PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN
SOBRE INVERSIÓN TOTAL	SOBRE CAPITAL PROPIO	SOBRE LAS VENTAS	1.2 años
37%	79%	35%	

3. EVALUACIÓN DE LAS CONTRIBUCIONES EN EL ÁMBITO LOCAL

ECONOMICO:

Aumento del Turismo

Iniciativa	FLUJO ACTUAL (oferta dispersa) (personas/Año)	FLUJO PROYECTADO (oferta consolidada) (personas/Año)
Parque Tehuacán	4,100	4,594
Hostal Lempa Mar (Pita)	1,660	6,431
Polígono Solidaridad y Plantas Agroindustriales	0	
Hostal Isla de Montecristo	2,030	7,350
Zona Turística de Tasajera (tortugas)	1,430	
TOTAL	9,220	18,375

Generación empleos directos

LUGAR	EMPLEOS DIRECTOS	CANTIDAD	TOTAL DE EMPLEOS
Comité de Desarrollo Turístico de Tecoluca	5	1 Asociación	5
Iniciativas hospedaje/restaurante	5	5 Iniciativas	25
Otras iniciativas	3	3 Iniciativas	9

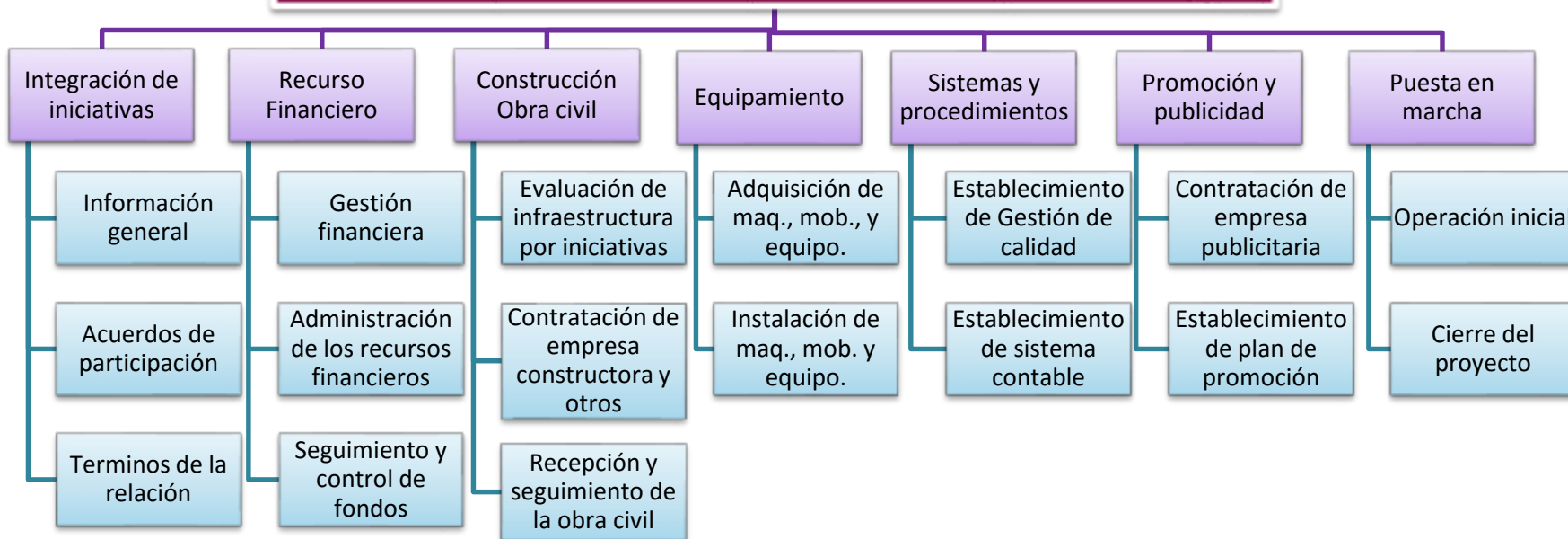
Generación empleos indirectos

LUGAR	EMPLEOS INDIRECTOS	CANTIDAD	TOTAL DE EMPLEOS
Comité de Desarrollo Turístico de Tecoluca	15	1 Asociación	15
Iniciativas hospedaje/restaurante	15	5 Iniciativas	75
Otras iniciativas	9	3 Iniciativas	27

C. PLAN DE IMPLANTACIÓN DE LA PROPUESTA

A continuación se presenta un desglose de las actividades principales de las cuales estará compuesto el proyecto para poder ser funcional, en base a este se realizara la disgregación de estos componentes en tareas más específicas para poder conocer todo lo requerido para la implementación de la Estrategia de desarrollo en Turismo rural Comunitario. Para mayor detalle remitirse al Anexo 5.9 Plan de implantación de la propuesta: Estrategia a seguir y organización del proyecto.

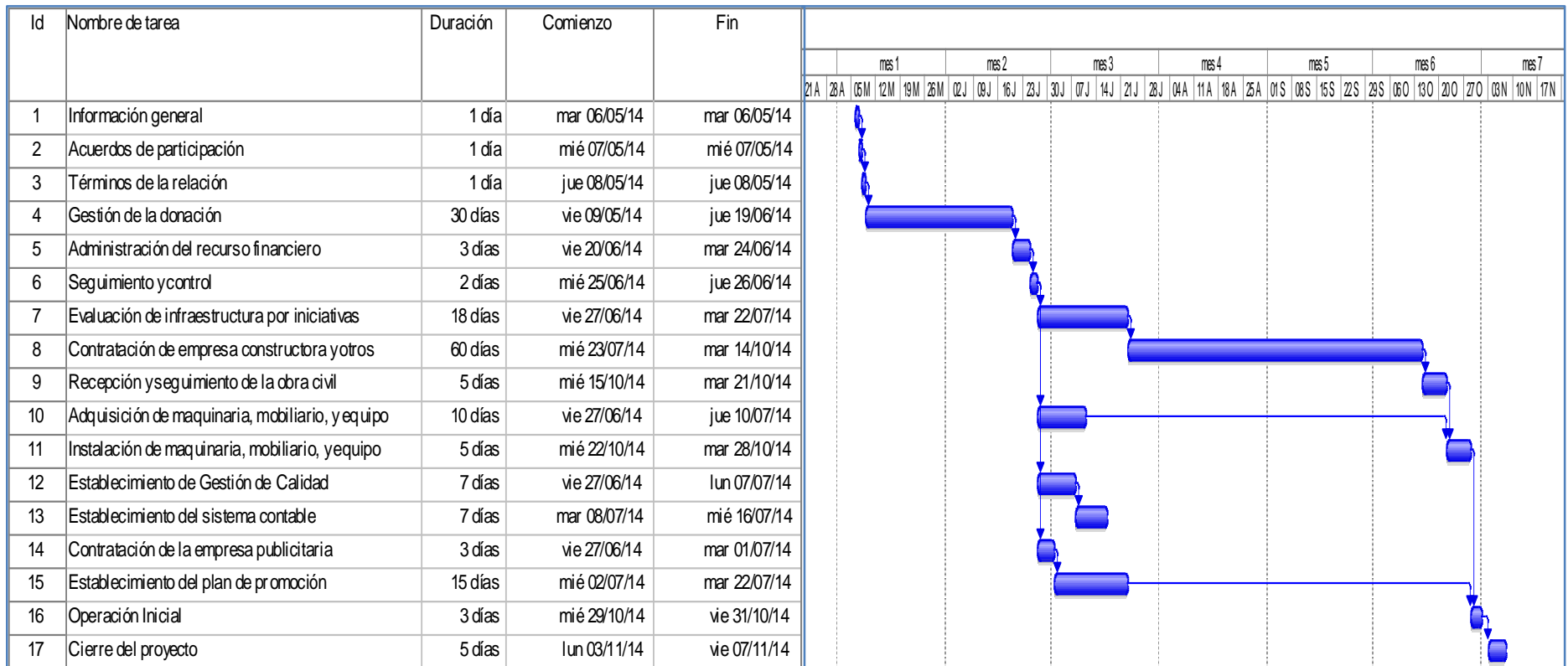
Implementación de un Plan de Desarrollo de TRC en el Municipio de Tecoluca , con un monto de \$176,356.35



Desglose analítico de actividades de implantación de la propuesta

a. Cronograma de Implantación

Este diagrama muestra gráficamente el tiempo que se tardara cada actividad y sus respectivas fechas para que se lleve un control del cumplimiento estimado del mismo.



CAPITULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

El Turismo Rural Comunitario es una concepción de estrategia de desarrollo, además de una categoría de turismo, pero que aún está en construcción en El Salvador, aun no existe un consenso al respecto, si bien hay algunas aproximaciones importantes a partir de experiencias y adopciones de comunidades de turismo rural en España, Sur América y Centroamérica, que son importantes referentes, así como las propias aportadas a nivel local por la ONG Prisma y la misma Mesa Nacional de TRC, todavía habrá que seguir analizando las diferenciaciones propias de TRC en El Salvador, considerando las particularidades del país, especialmente en lo relativo la propiedad comunitaria y al tamaño de la iniciativas.

El Turismo Rural Comunitario aún es incipiente en El Salvador, a pesar de contar con potencialidades para su desarrollo como un sector competitivo no solo para las empresas mismas que lo impulsan, sino que también para las comunidades donde estas se localizan, este limitado avance obedece, en gran parte a la ausencia de una ley y una política específica de Turismo Rural Comunitario, pues aún no existe una apuesta en serio por su desarrollo, no obstante se reconoce el espacio y posicionamiento que ha ido tomando la temática, en el marco de los programas de desarrollo rural impulsados por el gobierno y apoyados por las ONG nacionales e internacionales, así como por los propios esfuerzos de las iniciativas comunitarias de turismo, los comités de desarrollo de turismo en algunos municipios, las mismo gobiernos locales, el MITUR y la Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario.

El Turismo Rural Comunitario se visualiza como opción estratégica para el desarrollo turístico en El Salvador, emprendiendo iniciativas que buscan mejorar las condiciones de vida de las familias campesinas, diversificando sus actividades productivas, aumentando sus ingresos y al mismo tiempo que contribuye a consolidarlos como productores de alimentos, como proveedores de servicios eco sistémicos a través de sus esfuerzos de rescate ambiental y también como guardianes de la cultura e identidad local.

Existe un deficiente aprovechamiento del potencial en Turismo Rural comunitario en el Municipio de Tecoluca como alternativa de desarrollo sostenible, se presenta como una problemática que denota una paradoja que se repite en muchos municipios de nuestro país, que pese a poseer una enorme riqueza ambiental y cultural, sus comunidades están marginadas de los beneficios del desarrollo, por carecer de fuentes de ingresos complementarios a sus actividades agropecuarios de subsistencia para los pobladores, por

lo tanto con la ejecución de una Estrategia de Desarrollo en Turismo Rural Comunitario en el Municipio de Tecoluca, departamento de San Vicente resulta ser de gran interés para la ONG CORDES, junto a las asociaciones comunales, organizaciones de tipo colectivo y la municipalidad, a fin de promover el desarrollo del municipio.

La Estrategia para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en el Municipio de Tecoluca, propuesta en el presente estudio permitirá mejorar la competitividad del municipio como destino de turismo rural comunitario, permitiendo el aprovechamiento de su potencial en esta modalidad de turismo, a fin de que se convierta en una alternativa que contribuya a la mejora en las condiciones vida de las comunidades con sostenibilidad y su éxito estribara en el abordaje integral desde los diferentes planes contemplados en la estrategia.

La sostenibilidad de una estrategia de desarrollo de turismo rural comunitario para una microrregión, localidad o municipio, se garantiza a partir de la diversidad de opciones que se establezcan para potenciar la continuidad de la misma, en cuanto a buscar los socios estratégicos para esta, los compromisos de los principales actores que son las empresas turísticas comunitarias y en el beneficio hacia la comunidades en donde se localizan, así mismo en potencia a partir de una concepción de sostenibilidad no solo desde la perspectiva económicas, sino también desde el enfoque social, ambiental, cultural y político, que a esta modalidad de turismo le va muy bien.

RECOMENDACIONES

No obstante que no existe una definición acabada y consensuada del TRC en El Salvador, así como de los principios rectores del mismo, se hace necesario y urgente establecer un marco teórico de referencia y un decálogo de principios al respecto, que pueda implicar una primera e importante aproximación a fin de dar mayor claridad y orientación a la Mesa de TRC y al país, y desde esa perspectiva hacer la incidencia necesaria.

Sera importante que los promotores del Turismo Rural Comunitario en El Salvador, sigan desarrollando el debate, el análisis y la incidencia necesaria para continuar posicionando el TRC a nivel de la instancias públicas y privadas hasta llegar a establecer una ley y una política de TRC y posteriormente continuar en los esfuerzos por la implementación de las mismas, así como también realizar las investigaciones necesarias para sustentar con información y datos que demuestren el impacto de esta modalidad de turismo.

Por las cualidades, potencialidades y el efecto multiplicador que tiene el TRC, como estrategia de desarrollo en el ámbito local, la promoción de esta modalidad de turismo, representa una alternativa ideal para generar desarrollo para los municipios más pobres de

El Salvador, no obstante requerirá un acompañamiento integral y efectivo por parte de las instituciones públicas y privadas en función de que haya apropiación y se generen oportunidades reales y objetivas.

La estrategia de desarrollo de TRC de Tecoluca requiere de cada uno de los componentes propuestos para poder tener mayor impacto, pues son parte de la integralidad del turismo, pero habrá que poner mayor énfasis a la apropiación y apuesta por la organización de la iniciativas en función del desarrollo del municipio, pues la carencia de cultura de asociatividad o el individualismo son las principales amenazas a cualquier esfuerzo de desarrollo y en especial de tipo comunitario.

La sostenibilidad de la Estrategia de Desarrollo de TRC de Tecoluca, es la pieza angular de la presente propuesta, por lo que además de fortalecer la apropiación y organización del comité de TRC de Tecoluca, será importante establecer las alianzas necesarias con los diferentes actores públicos y privados con presencia en el municipio y que se vinculan directa e indirectamente con la actividad turística.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

ADEPRO (2009). *Sistematización del Proceso de Intervención en la Región de Los Nonualcos*. El Salvador.

ALBASUD, Cañada (2009). *Presentación "Aportes y retos del Turismo Rural Comunitario en Centroamérica"*. San Salvador, El Salvador.

Alcaldía Municipal de Tecoluca (2011). *Datos Municipales*. Recuperado de http://www.oocities.org/es/alcaldia_tecoluca/equipamientos.htm.

Aparicio, Yanira (2011, 19 de noviembre). La mesa nacional del turismo rural comunitario, una experiencia de articulación de actores. *La Jornada del campo*.

Banco Central de Reserva BCR (2011). Informe de la Situación económica de El Salvador, I trimestre 2011. San Salvador, El Salvador.

Banco Central de Reserva. (2011). *Ingresos por remesas familiares. Revista Trimestral del Banco Central de Reserva: enero-marzo 2011*. El Salvador

Barrera, E. & Muñoz, R. (2003). *Manual de turismo rural para micro, pequeños y medianos empresarios rurales*.

Cañada, Ernest (2009, 18 de Mayo). Aportes y retos del Turismo Rural Comunitario en Centroamérica. *ALBASUD*

CEPAL (2011). *Manual de Formulación de programas con la Metodología de Marco Lógico*. Santiago de Chile, Chile.

Fondo Multilateral de Inversiones BID-FOMIN, (2011). *Presentación II FORO DE COOPERACION Y OPORTUNIDADES DE FINANCIAMIENTO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE*. El Salvador.

Fontana, Yorlenny, ACEPESA (2009, 18 de Mayo). Políticas de apoyo al Turismo Rural Comunitario. El caso de Costa Rica. *Foro Nacional Turismo Rural Comunitario en El Salvador: Una apuesta estratégica para el nuevo gobierno*. San Salvador, El Salvador.

Fundación PRISMA (2011). *Presentación La apuesta del turismo en El Salvador. Una mirada a la institucionalidad*. San Salvador, El Salvador

Fundación PRISMA (2010). La apuesta por un turismo sostenible en El Salvador, Propuestas para un cambio de políticas. El Salvador.

Fundación PRISMA (2009). *Memoria: Foro Nacional Turismo Rural Comunitario en El Salvador, Una apuesta estratégica para el nuevo Gobierno*. San Salvador.

FUNDE (2010). *Estrategia para el Desarrollo Turístico de la Región Los Nonualcos; Aventuras en La Costa -Identificación de Rutas Turísticas-*. El Salvador.

GIZ (2003). *Oferta Turística en Municipios Costeros de la Microrregión de Los Nonualcos Mesa de Turismo*. San Salvador, El Salvador.

Gobierno de El Salvador (2010). *PLAN QUINQUENAL DE DESARROLLO 2010-2014*. El Salvador.

Guereña (2004). Turismo rural comunitario en Costa Rica. *Revista Ambientico*. Universidad Nacional. Pp- 15-17.

IICA (2009). *ESTUDIO SOBRE TURISMO RURAL EN COSTA RICA*. San José, Costa Rica.

Instituto Interamericano de cooperación para la agricultura IICA (2009). El turismo rural en la Argentina: Concepto, situación y perspectivas. Buenos Aires, Argentina.

Instituto Interamericano de cooperación para la agricultura IICA (2009). *Turismo Rural (TR) en El Salvador Recopilación de Información Institucional*. San Salvador, El Salvador.

Instituto de Investigación y Desarrollo Nitlapan –UCA (2010). *Turismo Rural Comunitario como Alternativa de Reducción de la Pobreza Rural en Centroamérica*. Managua, Nicaragua.

Mesa Nacional de Turismo rural comunitario (2011). *El turismo rural comunitario en El Salvador*. El Salvador.

Ministerio de Economía, Dirección general de Estadísticas y Censos (2010). *Atlas Sociodemográfico*. El Salvador.

Ministerio de Economía, Dirección general de Estadísticas y Censos (2010). *EHPM Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples 2010*. El Salvador.

MITUR (2010). *Informe del Balance 2010, Ministerio de Turismo*. El Salvador.

Morera, C. (2006). Concepto y realidad del turismo rural en Costa Rica. *Revista Ambientico No. 150*. Escuela de Ciencias Ambientales, Universidad Nacional.

Núñez, Francisco. (2007). *Turismo Rural Comunitario, Educación Técnica Integral para Jóvenes Rurales*. Nicaragua: EDISA

OMT (2003). *El Turismo Rural en las Américas y su contribución a la creación de empleo y a la conservación del patrimonio*. Madrid, España.

PNUD (2007). *Vulnerabilidad y adaptación al cambio climático de los pobladores rurales de la planicie costera central de El Salvador*. San Salvador.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD (2010). *Almanaque 262 sobre Desarrollo Humano año 2010*. San Salvador, El Salvador.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo PNUD (2010). *Informe sobre desarrollo humano el salvador. De la pobreza y el consumismo al bienestar de la gente. Propuestas para un nuevo modelo de desarrollo*. San Salvador, El Salvador.

Secretaría de Integración Turística Centroamericana SITCA (2010). *Turismo rural sostenible en Centroamérica*. La Libertad, El Salvador.

Secretaría de Integración Turística Centroamericana SITCA (2010). *Diagnóstico para la Identificación y Formulación del Programa "TURISMO RURAL SOSTENIBLE EN CENTROAMÉRICA"*. La Libertad, El Salvador.

Stock&Cebrián (2009). *Turismo Rural y desarrollo Local*. España: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

World Bank (2010). Crecimiento del PIB (% anual). *Databank*. Recuperado de <http://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>.

GLOSARIO

Tomado de Núñez, Francisco. (2007):

Atractivo Turístico: Son aquellos lugares o eventos que por sus características atraen a los turistas y los motivan a conocerlos o realizar recorridos por los mismos. Entre los más importantes podemos mencionar: paisajes, bosque, climas, tradiciones, música, arte, cultura, sitios históricos y áreas naturales, entre otros.

Comunidad: Conjunto de personas que conviven en un lugar específico, se relacionan entre sí y con el resto del ambiente.

Oferta turística: es la unión de varios productos turísticos en comunidades diferentes de un mismo territorio que están listos para venderse (para su promoción y comercialización).

Potencial turístico: es cualquier recurso natural, sitio histórico, religioso, cultural, etc, el cual se puede explotar de manera sostenible.

Producto turístico: es el conjunto de bienes y servicios tangibles e intangibles que se agrupan para asegurar una estancia satisfactoria al visitante. Se conforma de cinco elementos claves:

- Los atractivos turísticos
- Las facilidades
- La seguridad
- Los accesos
- Las animaciones

Puede estar constituido de uno o más atractivos a la vez. Pueden ser de un solo tema, por ejemplo naturaleza, o de varios, si sus atractivos son naturales, culturales, de historia o de festividades. Para construir el producto se pueden combinar los diferentes atractivos que están próximos de acuerdo al tipo de visitante.

Turista: es aquella persona que pasa más de una noche fuera de su casa, conoce lugares, le atraen y los disfruta.

Tour: esta palabra es de origen francés y significa gira, vuelta, viaje o retorno.

Territorio: el conjunto de comunidades comunicadas entre sí.

ANEXOS

INDICE DE ANEXOS

ANEXOS CAPITULO I	1
ANEXO 1.1 DESCRIPCIÓN DE CONTEXTO NACIONAL Y DEPARTAMENTAL.....	1
a. CONTEXTO NACIONAL.....	1
b. CONTEXTO DEPARTAMENTAL.....	2
1) Departamento de La Paz y Departamento de San Vicente.....	2
ANEXO 1.2 PROCESO DE PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
Metodología del Marco Lógico (MML).....	5
Descripción de la Técnica.....	5
1) Pasos del Método de Marco Lógico.....	6
ANEXO 1.3 DETALLE DE LA PROBLEMÁTICA DEL ARBOL DE PROBLEMAS.....	6
1) Baja demanda turística.....	6
2) Gestión turística rural comunitaria desintegrada.....	7
3) Limitada formación humana sobre servicios de Turismo rural comunitario.....	8
4) Inadecuada oferta de servicios existentes.....	8
5) Escasa diversidad de servicios de Turismo rural.....	8
6) Carencia de Servicios públicos de apoyo a la actividad turística:.....	9
7) Desconocimiento del Municipio de Tecoluca como destino de Turismo Rural.....	9
ANEXOS CAPITULO II	10
ANEXO 2.1 CONCEPTUALIZACION Y TIPOLOGIAS DE TURISMO RURAL	10
a. TURISMO RURAL	10
b. SOSTENIBILIDAD Y TURISMO RURAL.....	13
1) Elementos de sostenibilidad aplicada al turismo.....	14
2) Rasgos característicos de un turismo rural sostenible.....	18
c. MODALIDADES DE TURISMO RURAL.....	19
1) Agroturismo.....	20
2) Ecoturismo.....	20
3) Etnoturismo.....	20
4) Turismo rural comunitario.....	20

5) Turismo justo, turismo responsable y turismo solidario.....	21
6) Turismo Cultural.....	21
7) Turismo de Aventura.....	21
8) Turismo Deportivo	22
9) Turismo técnico-científico.....	22
10) Turismo educativo.....	22
11) Turismo de eventos.....	22
12) Turismo de salud	23
13) Turismo gastronómico	23
14) Otros.....	23
ANEXOS CAPITULO III	24
ANEXO 3.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN EXTERNA DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO PARA EL MUNICIPIO DE TECOLUCA	24
1. Análisis de Entorno.....	24
a. ENTORNO INSTITUCIONAL	24
b. ENTORNO POLITICO	42
c. ENTORNO ECONÓMICO	48
d. ENTORNO SOCIAL.....	55
2. Análisis del Mercado	57
a. MERCADO CONSUMIDOR	57
b. MERCADO COMPETIDOR	97
ANEXO 3.2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN INTERNA ACTUAL DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE TECOLUCA.....	104
1. SITUACIÓN INTERNA DEL MUNICIPIO DE TECOLUCA.....	104
a. Descripción del Municipio de Tecoluca.....	104
b. INSTITUCIONES A NIVEL LOCAL DE APOYO AL TURISMO	106
2. SITUACIÓN ACTUAL DE LAS INICIATIVAS PRIORIZADAS	109
a. ZONA TURISTICA DE TASAJERA	110
b. ISLA MONTECRISTO	112
c. PLANTA PROCESADORA DE MARAÑÓN ORGÁNICO	114
d. PARQUE TEHUACÁN.....	115
e. ZONA ECOTURÍSTICA LA PITA.....	119

f. POLIGONO SOLIDARIDAD.....	121
3. REQUERIMIENTOS DE CADA INICIATIVA.....	123
ANEXO 3.3 PRIORIZACION DE LA SOLUCION A LA PROBLEMÁTICA.....	127
1. DEFINICIÓN DE CRITERIOS DE PRIORIZACIÓN DE ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN	128
2. PLANES Y PROGRAMAS SELECCIONADOS	129
ANEXO 3.4 CALCULO DEL UNIVERSO DE PERSONAS QUE CONFORMAN EL SEGMENTO DE TURISTAS NACIONALES.....	131
ANEXO 3.5 AFLUENCIA DE TURISTA AL PARQUE TEHUACAN 2011- 2013 (NO. DE PERSONAS).....	131
ANEXOS CAPITULO IV	132
ANEXO 4.1 REQUISITOS PARA CUMPLIR NORMATIVA LEGAL POR PARTE DE LA SOCIEDAD COLECTIVA	132
ANEXO 4.2 MANUAL DE ORGANIZACION CDTT.....	133
ANEXO 4.3 REQUERIMIENTOS DE RECURSOS POR CADA INICIATIVA O EMPRESA TURISTICA.	142
ANEXO 4.5 CONTROL Y NECESIDADES DE CAPACITACION	149
ANEXO 4.6. CONDICIONES PARA EL ÉXITO DEL NEGOCIO EN TURISMO	150
ANEXO 4.7-INSTRUMENTOS DE GESTION DE CALIDAD Y NIVLES DE SATISFACCION	151
ANEXO 4.8 PUNTOS CLAVE EN LA CALIDAD TURISTICA	154
ANEXO 4.9 RANGOS PARA LA EVALUACION DE LA CALIDAD	154
ANEXO 4.10 EVALUACION INTERNA Y EXTERNA EN CALIDAD.....	155
ANEXO 4.11 BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO	157
ANEXOS CAPITULO V	166
ANEXO 5.1 INVERSIONES DE LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE TRC EN EL MUNICIPIO DE TECOLUCA	166
a. Inversión fija.....	166
b. Inversión de capital de trabajo.....	168
ANEXO 5.2:PROPUESTAS DE FINANCIAMIENTO.....	170
a. Estructura de financiamiento: aportaciones, gestión de financiamiento, cooperación.	170

ANEXO 5.3: COSTOS PARA EL FUNCIONAMIENTO Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS DEL CDTT	171
a. Costos Fijos.....	172
b. Costos variables.....	178
c. Costos de paquetes	181
ANEXO 5.4: PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	185
a. Presupuesto de ingresos	185
b. Punto de Equilibrio.....	189
ANEXO 5.5: ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA DEL CDTT	191
a. Balance General Proforma	192
b. Estados de Resultados Proforma	193
c. Flujo de Efectivo	194
ANEXO 5.6 EVALUACIÓN ECONÓMICA	194
a. DEFINICIÓN DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DEL CAPITAL. (WACC)	195
b. VALOR ACTUAL NETO (VAN)	197
c. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	198
d. RELACIÓN BENEFICIO COSTO (B/C)	199
ANEXO 5.7 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO.....	200
a. Tiempo de recuperación de la inversión (TRI)	200
b. Ratios financieros	201
c. Análisis de Sensibilidad	203
ANEXO 5.8: EVALUACIÓN DE LAS CONTRIBUCIONES EN EL ÁMBITO LOCAL.....	205
a. Aspectos económicos.....	205
b. Aspectos sociales.....	209
c. Aspectos Culturales	210
d. Equidad de Genero.....	210
e. Aspecto Ambiental	211
ANEXO 5.9 PLAN DE IMPLANTACIÓN DE LA PROPUESTA	213
a. Estrategia.....	213
b. Organización.....	213

ANEXO 5.10: DETALLE DE INVERSIÓN FIJA TANGIBLE DE LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE TRC EN EL MUNICIPIO DE TECOLUCA.....	214
ANEXO 5.11: PRONOSTICO VENTA DE PAQUETES.....	220
ANEXO 5.12: ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR (IPC) BASE DIC. 2009 E INFLACIÓN MENSUAL: 2010-2013.....	221

ANEXOS CAPITULO I

ANEXO 1.1 DESCRIPCIÓN DE CONTEXTO NACIONAL Y DEPARTAMENTAL

a. CONTEXTO NACIONAL

La República de El Salvador es un país que cuenta con una extensión territorial total de 21.070 km cuadrados y una población de 5,744.113 habitantes (Ministerio de Economía, Dirección general de Estadísticas y Censos, 2010). Actualmente, se subdivide en 14 departamentos, los cuales se dividen a su vez en 262 municipios.

Los indicadores que miden variables económicas, laborales, educativas, y de salud describen un El Salvador que ocupa la posición 90 (PNUD, 2010) en Índice de Desarrollo Humano (IDH) entre 169 países que evalúa el PNUD.

La tasa de crecimiento económico del Producto Interno Bruto (PIB) en el año 2007 fue de 4.2%, en el 2009 el PIB real decreció en 3.3%, mientras que para 2010 el crecimiento registró una mejoría con una variación anual de 1.5%, se espera un 2.5% para el 2011 (World Bank, 2010). Cerca de 2.7 millones de salvadoreños han emigrado de El Salvador (90% Estados Unidos): las remesas familiares, después de haber estado creciendo de manera sostenida en 30 años, decrecieron en 2009 en 9.9%, en el 2008 antes del estallido de la crisis representaban el 18% del PIB y eran recibidas por el 25% de los hogares salvadoreños, para 2010 ha habido una leve mejoría con el 12.05% (BCR, 2011).

La Población Económicamente Activa (PEA) para el año 2010, está constituida por 2,580,284 personas; el 58.7% es representado por los hombres y el 41.3% por las mujeres, se tiene que el área urbana participa en un 67.0% mientras que la zona rural en un 33.0%. Del total de la PEA, 2,398,478 personas se encuentran ocupadas lo que representa el 93%, mientras que 181,806 personas se encuentran desocupadas, lo que indica una tasa de desempleo nacional de 7.1%, donde la tasa de desempleo entre jóvenes de 18 a 24 años alcanzan el 14.2%. (Ministerio de Economía. DIGESTYC, 2010).

Según la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples de 2010, el 11,2% de la población vive con menos de un dólar diario, un 36,5% con menos de 2 dólares por día y el 44.6% de la población rural se encuentra por debajo del umbral de la pobreza nacional, esto es, aquellos que viven con menos de la mitad de la renta per cápita del país (PNUD, 2010).

La escolaridad promedio a nivel nacional para el 2009 es de 6 grados, a nivel de área se encuentran diferencias así: para el área urbana es de 7.2 grados; el área rural presenta el nivel más bajo de escolaridad, con 4.1 grados. A nivel nacional la escolaridad promedio por sexo es de 6.1 grados para los hombres y 6 para las mujeres. En el área urbana, la escolaridad promedio de los hombres es de 7.3 grados y de las mujeres de 7; en la zona

rural, la de los hombres es de 4.1 grados y de las mujeres de 4, asimismo la tasa de analfabetismo nacional según datos del Ministerio de Economía, a través de la DIGESTYC (2010) es del 13.7%, siendo del 8.41% en mujeres y 5.26 % en hombres, (8.83% en área urbana y 22,15% en zonas rurales).

Con respecto a la población sin acceso a servicios de salud del país, del total de la población que se enferma en el país, el 40% no recibe servicios de salud, representando el 38,9% las áreas rurales y solo aproximadamente el 20% de la población tiene algún seguro de salud (en las zonas urbanas el 18.6% acudió a alguna dependencia del Instituto Salvadoreños del Seguro Social (ISSS), versus el 2.8% en las zonas rurales). En El Salvador 24.8 niños mueren por cada 1000 que nacen vivos, lejos de las cifras normales que serían entre 5 y 10, representando una de las más altas de América Latina. (Ministerio de Economía. DIGESTYC, 2010).

b. CONTEXTO DEPARTAMENTAL

1) Departamento de La Paz y Departamento de San Vicente

El Departamento de La Paz se encuentra situado en el sector centro-sur de El Salvador, tiene un área de 1.223 km², su población es constituida por 308,087 habitantes (48% hombres y 52% mujeres) y la densidad es 252 hab./km². Con respecto al Departamento de San Vicente este se encuentra ubicado en la zona central del país, al norte se encuentra el departamento de Cabañas, al poniente se encuentran los departamentos de La Paz y Cuscatlán, al oriente se encuentra el departamento de Usulután y al sur el Océano Pacífico, posee 1,184.02 Km² de extensión territorial, una población total de 161,645 habitantes, por consiguiente posee una densidad poblacional de 137 habitantes por Km². (Ministerio de Economía. DIGESTYC, 2010).

Algunos datos relevantes de estos Departamentos se presentan en las siguientes características e indicadores demográficos:

Tabla 1.1 Características e Indicadores Demográficos departamentos en estudio

	La Paz	San Vicente	El Salvador
IDH (Índice de Desarrollo humano)	0.757	0.744	0.761
Índice de Desarrollo Relativo al Género	0.752	0.740	0.757
% hogares en pobreza total	41.42	43.74	36.50
% de hogares en situación de pobreza extrema	11.56	13.93	11.20
% Hogares en pobreza relativa	29.86	29.81	25.3
PEA	142,321	67,998	2,580,284
Tasa de Desempleo	7.0%	6.8%	7.1%
Tasa de Analfabetismo	12.9%	16.0%	13.7%

Fuente: PNUD, *Almanaque 262 sobre Desarrollo Humano* año 2010

El Índice de Desarrollo Humano del departamento de La Paz, ocupa el tercer lugar por departamentos con respecto al Índice Nacional. Asimismo el departamento de San Vicente ocupa el octavo lugar respectivamente. Con respecto al Índice de Desarrollo Relativo al Género del departamento de La Paz ocupa el tercer lugar y San Vicente el séptimo por departamentos (PNUD, 2010). De acuerdo a la Encuesta de Hogares de Propósitos múltiples (EHPM) de 2010, en cuanto al perfil de Pobreza el Departamento de San Vicente posee el mayor porcentaje de hogares en pobreza en comparación a La Paz, situación que se repite en el total de hogares en extrema pobreza, ambos departamentos por debajo de los porcentajes de la media nacional.

ANEXO 1.2 PROCESO DE PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Este Diagnóstico Inicial tiene el propósito de conocer las condiciones básicas del Municipio de Tecoluca en materia de Turismo Rural comunitario, de manera que permita identificar preliminarmente las áreas de análisis a las cuales concentrar el esfuerzo para la definición del problema, enfocándose necesariamente en los principales factores de riesgo, internos y externos, a las iniciativas ecoturísticas existentes, y que pueden generar la inviabilidad de las mismas en el corto o mediano plazo.

Su desarrollo se ha hecho combinando una labor de levantamiento de información existente, del sector turismo, en especial el Turismo Rural comunitario, tanto en el país, así como de la oferta turística en el Municipio de Tecoluca; se llevaron a cabo a su vez reuniones de carácter consultivo con representantes de la cooperación de apoyo en la zona, CORDES (Asociación para la Cooperación y el Desarrollo Comunal de El Salvador) y encargados de las iniciativas en Turismo Rural comunitario en comunidades de estudio; asimismo se hizo uso de exploración de otra información secundaria complementaria respecto a expectativas de clientes y la influencia de los diferentes tipos de competencia al rubro.

La herramienta a utilizar para evaluar y analizar la situación actual que presenta el Municipio de Tecoluca, viene determinada por **Metodología de Marco Lógico (MML)**, dada *las virtudes y ventajas sobre otras herramientas con similares propósitos, puesto que permite presentar en forma resumida y estructurada cualquier iniciativa de intervención, es decir, facilita el contar con un marco general operativo de las diferentes etapas o fases del ciclo de vida del proyecto, partiendo de una buena definición de la situación-problema.*

A continuación en tabla 1.3 se muestran algunas aseveraciones que expertos proporcionan sobre las facilidades de esta herramienta en la gestión y la calidad de las propuestas.

Tabla 1.3. Aspectos que contribuyen a una buena gestión del Ciclo de Vida de los proyectos

Utilidad del método

Los funcionarios y expertos encargados de la preparación de un proyecto puedan estructurar y formular mejor sus ideas, presentar mejor sus inquietudes y traducir estas ideas en un esquema claro y preciso de realización

La amplia difusión que ha tenido su aplicación, así como el énfasis puesto en que su estructura sea consensuada con los principales involucrados, permite generar un lenguaje común, facilitando la comunicación y evitando ambigüedades y malos entendidos.

Al resumir en un solo cuadro la información más importante para la gerencia del programa permite focalizar la atención y los esfuerzos de ésta.

Fuente: CEPAL, Manual de Formulación de programas con la Metodología de Marco Lógico, abril de 2011

Por lo tanto la contribución de esta metodología a la gestión del ciclo de vida de un proyecto es comunicar información básica y esencial, estructurada de forma tal que permite entender con facilidad la lógica de la intervención a realizar. Esta metodología engloba en su lógica de aplicación, un método secuencial complementario denominado Método del Árbol de problemas, el cual representara el elemento primordial del Planteamiento del Problema de esta investigación, dado que es en esta parte inicial de la metodología, que se busca identificar claramente el problema que se pretende solucionar, los efectos, las causas que lo originan (CEPAL, 2011).

En concordancia con la finalidad, que este diagnóstico pretende, se podrán identificar las áreas deficientes en el desarrollo turístico rural comunitario del Municipio de Tecoluca, mediante el reconocimiento de los elementos internos y externos que la afectan de manera negativa. Es importante enfatizar que es en el árbol de problemas que esta información se resumirá y proveerá los elementos para la definición del problema.

Otro aspecto muy importante a resaltar para la aceptación y aplicación de esta Metodología en el presente estudio, es el hecho de que la mayoría de las Agencias de Cooperación de los países de la Unión Europea la exigen en todos los proyectos que concursan o solicitan financiamiento¹⁴, por tanto para el caso de este proyecto, esta representa la opción de Fuente de Financiamiento a apostar, dadas las consolidadas relaciones entre los

¹⁴ Fuente CEPAL, Manual de Metodología del Marco Lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas, julio del 2005.

Organismos de Desarrollo de la Zona que lo apoyaran (CORDES y CRIPDES) y Agencias de Cooperación en España.

Metodología del Marco Lógico (MML)

Descripción de la Técnica.

Como se dijo, el Marco Lógico es, esencialmente, un método de resolución de problemas. Ello implica que su punto de partida sea la clara identificación de cuál es el problema que se busca resolver y, desde luego, a quien habría de resolverse tal problema.

Respecto a esta técnica la CEPAL (2011) expresa lo siguiente:

El enfoque de resolución de problemas se caracteriza por referirse a una situación concreta, en la cual se identifican tres elementos centrales:

- Una **Situación Actual** (o situación problema), que corresponde a la realidad presente, en que una parte de la población no logra avanzar, en algún aspecto, hacia un estadio mejor;
- Una **Situación Potencial** (o situación deseada), que es ese estadio mejor, que sería viable alcanzar; y
- La presencia de determinados tipos de obstáculos o de Barreras existentes, las cuales impiden que la situación actual evolucione hacia la situación potencial detectada.

La solución a la situación-problema conlleva a determinar la manera de sobrepasar las barreras, de modo que la situación actual empiece a evolucionar hacia su potencial, en forma natural y estable. Los programas y proyectos específicos tienen el propósito, justamente, de actuar sobre esas barreras, de modo de eliminarlas o aminorarlas para así poder sobrepasarlas.

La forma más general de plantear una situación-problema es definir los componentes del proceso de cambio que debe operar sobre la situación actual a fin de lograr transformarla hasta la situación potencial.

La solución que se busca a la situación problema constituye el contenido del programa o proyecto que se empieza a formular. Debe recordarse que el proceso de formulación es un avance progresivo desde lo que en un principio es una simple idea hasta lo que al final será una propuesta de acción plenamente justificada y dimensionada, con especificación de recursos y formas organizativas tanto para ejecutar el proyecto como para operar las instancias organizadas por él.

La primera tarea que es necesario realizar al preparar un programa es identificar correctamente el problema que se va a abordar, sus causas y sus efectos. Para ello se utiliza frecuentemente una metodología desarrollada originalmente por la AID (U.S. Agency for International Development), perfeccionada por la GIZ (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit, Cooperación Alemana) en su método ZOPP y adoptada por muchas otras entidades como parte de la Metodología del Marco Lógico.

Esta metodología se basa en la construcción de los llamados Árbol de Problema y Árbol de Objetivos para, a partir de este último, definir acciones que permitan atacar las causas del problema, combinándolas en alternativas de programa.

1) Pasos del Método de Marco Lógico.

Tomado de la CEPAL (2011), los distintos pasos que contempla el método, y que se examinarán en detalle a continuación son:

- Identificar el problema principal
- Examinar los efectos que provoca el problema
- Identificar las causas del problema
- Establecer la situación deseada (objetivo)
- Identificar medios para la solución
- Definir acciones
- Configurar alternativas de programa
- Establecer el marco institucional para implementar la solución al problema

Es importante destacar que El proyecto se debe concentrar en las raíces (causas). La idea es que si se encuentra solución para éstas, se resuelven los efectos negativos que producen.

ANEXO 1.3 DETALLE DE LA PROBLEMÁTICA DEL ARBOL DE PROBLEMAS.

1) Baja demanda turística

Si bien es cierto que el sector turismo ha tenido en el país una leve recuperación en el último año, sobre los efectos desaceleradores que la crisis económica provocó en su crecimiento (en el 2010 los ingresos económicos generados por turismo en el PIB, representaron el 3.2% respecto al 2.4% en 2009). Esta recuperación en ingresos de +0.3% (518.0 Millones) en 2010, después de la caída sufrida en 2009 en los mismos en -29.6% (\$516.6 Millones) respecto a 2008 (\$733.8 Millones) (MITUR, 2010), advierte que hasta la fecha el sector aún

no ha logrado aumentar la demanda de turismo interno y extranjero, responsable de generar divisas, al nivel como lo venía haciendo en años anteriores, por lo tanto la referida “Crisis Económica”, ha influido negativamente principalmente, en gran parte, por la reducción del gasto destinado a diversión en las familias nacionales y extranjeras.

Si sumamos a esta situación de alcance general a las ofertas turísticas del país, el hecho que los atractivos turísticos del Municipio de Tecoluca, especialmente del Bajo Lempa son poco conocidos, tenemos como resultado una cantidad muy reducida de visitantes a la zona, promoviendo un panorama desalentador al desarrollo de esta actividad.

La situación antes descrita ha conllevado a que exista una desmotivación entre los habitantes de la zona para visualizar en el turismo rural comunitario, una forma de ganarse la vida. Esta situación se ve manifiesta en la baja tasa de surgimiento de iniciativas empresariales en este rubro en la zona.

2) Gestión turística rural comunitaria desintegrada

No existe una organización eficaz entre las diferentes iniciativas turísticas rurales existentes en la zona, el trabajo que realizan es desagregado, cada una vela por sus propios intereses, la integración no es vista como una forma de facilitar el logro de objetivos comunes que lleven a su desarrollo, y el alcance de mejores beneficios para las comunidades.

Ha esta situación se suma el hecho que en el país no existe una política de turismo rural comunitario que impulse y dinamice este tipo de turismo, por lo tanto no todas las comunidades pueden gozar del acompañamiento para mejorar las condiciones de inserción de sus emprendimientos turísticos en la economía nacional; dada la ausencia de incentivos para la inversión en proyectos de Turismo rural comunitario o al desconocimiento de las oportunidades de desarrollo de Turismo rural comunitario que las entidades relacionadas proporcionan (como la Mesa de Turismo rural comunitario, municipalidad e instituciones de cooperación al turismo rural comunitario), a través de sus diversos programas de apoyo a las actividades turísticas rurales.

Asimismo la falta de una visión integral del enfoque de turismo rural comunitario, que persigue la equidad ambiental, social y económicamente de la comunidad (familias, cooperativas, asociaciones de desarrollo comunal, organizaciones de tipo colectivo), dificulta que la actividad turística se maneje a través iniciativas integradas, impidiendo superar efectos como la duplicidad de esfuerzos, llevando de esta forma a consumir recursos inútilmente, incluyendo los recursos naturales, promoviendo aún más el deterioro del ambiente.

3) Limitada formación humana sobre servicios de Turismo rural comunitario

Esta limitante se puntualiza primeramente en la Falta de programas especializados en formación empresarial y técnico vocacional en servicios de turismo rural en la zona, situación que se presenta tanto en las personas que manejan las iniciativas de Turismo rural comunitario, así como también al personal operativo, dado que no cuentan con los conocimientos técnicos necesarios para desarrollar dicha actividad de manera apropiada, restando valor a la oferta turística que ofrecen.

Este panorama es resultado del desconocimiento y limitado acceso a los programas de apoyo a actividades de turismo rural comunitario que existen.

4) Inadecuada oferta de servicios existentes

Las causas detonantes las ocupan, primeramente la infraestructura deficiente para la prestación de los servicios turísticos, este punto hace referencia al poco desarrollo en materia de infraestructuras que poseen las ofertas turísticas existentes (construcciones, senderos, transportes, señalización, etc.), se ha podido evidenciar el claro deterioro que muestran las mismas, por el paso del tiempo y uso, no existen programas de mantenimiento y remplazo de estructuras dañadas.

En segundo lugar se tiene la baja calidad en la prestación de servicios turísticos (alojamiento, camping, restaurante, paseos en lancha, etc.), dado por la falta de acompañamiento técnico sistemático a la operatividad de los emprendimientos comunitarios (estandarización en productos/servicios, marketing, etc.).

Todo esto ha influido a contar con una oferta turística poco atractiva para el turista, y con ello, se ve afectada la competitividad del Municipio de Tecoluca como destino turístico.

5) Escasa diversidad de servicios de Turismo rural

Esto se expresa en una débil capacidad de la población de las comunidades para identificar y emprender iniciativas en Turismo rural comunitario, donde primordialmente la falta de conocimientos pertinentes en formación empresarial, les limita contar con esta visión emprendedora, y les dificulta aprovechar eficientemente los recursos con los que cuentan. Al no explotar este tipo de capacidades empresariales, serán incapaces de diversificar la oferta existente, e impulsar la zona como destino turístico.

Esta situación es promovida principalmente por la falta de una política explícita de fomento del Turismo Rural Comunitario en el país, es decir la falta de una legislación que lo reafirme como actividad socio económica estratégica para el desarrollo de las comunidades y territorios rurales, impedirá generar incentivos para la inversión en proyectos que impulsen

el turismo rural comunitario y el desarrollo de más programas de apoyo para el acceso de los emprendimientos turísticos comunitarios.

6) Carencia de Servicios públicos de apoyo a la actividad turística:

Básicamente se tiene que la infraestructura vial y de comunicación es deficitaria, y que la actividad turística se desarrolla en condiciones de inseguridad.

En cuanto a la infraestructura vial esta no se encuentra totalmente pavimentada, algunas vías sufren daños durante la época de invierno; y otras no son adecuadas y no permiten el acceso con medios de transporte a los lugares de destino, dificultando la comunicación; tal es el caso de algunas iniciativas que el único acceso es a pie. Respecto a las condiciones de inseguridad, la cobertura proporcionada por la administración pública, en cuanto a POLITUR (Policía de turismo) es escasa en la zona, el accionar de seguridad en la zona es brindado en su mayoría por el sistema normal, PNC a través de sus delegaciones.

Este panorama se agrava aún más por la falta de integración de las iniciativas turísticas a nivel del Municipio hacia un enfoque de desarrollo turismo rural comunitario, que permita encontrar soluciones a esta problemática.

7) Desconocimiento del Municipio de Tecoluca como destino de Turismo Rural

Esta situación es promovida por la falta de promoción turística del Municipio de Tecoluca, en especial de los emprendimientos de turismo rural comunitario, esto debido a que en la zona no se han desarrollado estudios de marketing, que proporcionen insumos para que las diversas iniciativas presenten una oferta consolidada en turismo rural comunitario, que genere mejores resultados sociales y económicos para las comunidades.

Por lo tanto la no existencia de mecanismos de promoción, confina a los atractivos turísticos, a la ignorancia de la sociedad.

ANEXOS CAPITULO II

ANEXO 2.1 CONCEPTUALIZACION Y TIPOLOGIAS DE TURISMO RURAL

a. TURISMO RURAL

Según esta concepción la Organización Mundial de Turismo (2003), establece que el término turismo rural se utiliza cuando la cultura rural es un componente clave del producto ofrecido. Aborda al turismo rural desde una perspectiva de desarrollo regional que involucra a dos sectores: el agropecuario y el turístico; los que se complementan a partir de sus recursos y posibilidades para plasmarse en un nuevo negocio para ambos sectores y en la búsqueda de una mejor calidad de vida para los actores involucrados directa e indirectamente.

El rasgo distintivo de los productos del turismo rural es el deseo de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, de brindarles la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, de participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local. El montañismo, la equitación, el turismo de aventura, los viajes educativos, el turismo orientado al deporte y la salud, y el turismo cultural son tan sólo algunos ejemplos de actividades que se consideran parte del concepto de turismo rural (Instituto Interamericano de cooperación para la agricultura IICA, 2009).

Dado que el turismo rural involucra una amplia y heterogénea gama de actividades, la delimitación del concepto es una tarea compleja. En el estudio del IICA (2009), algunos de los inconvenientes que señala la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), son:

- No todo el turismo que tiene lugar en las zonas rurales es estrictamente rural, puede ser de tipo urbano localizado en zonas rurales.
- El turismo rural es complejo y no incorpora solamente al agroturismo. Incluye múltiples formas de recreación en las zonas rurales.
- Las zonas rurales son difíciles de definir y los criterios cambian según los países.

En este contexto, existe un debate acerca del significado, alcance y usos del término “turismo rural”. Las definiciones varían de acuerdo a la opinión de los especialistas y a las diversas realidades de los países donde se desarrolla esta actividad. Esta presencia de diferentes términos, definiciones, delimitaciones y discusiones, genera cierta ambigüedad cuando se intenta abordar el tema.

Entre las diferentes y más frecuentes conceptualizaciones de Turismo Rural, utilizadas a nivel de la Región Centroamericana, se mencionan las siguientes:

Secretaría de Integración Turística Centroamericana, SITCA, consensuado tras el I Foro Centroamericano de Turismo Rural (2009):

Toda actividad turística sostenible y planificada que se realiza en el medio rural y natural, personalizada, basada en los propios valores tradicionales, mediante la participación activa de las comunidades locales para contribuir a la diversificación de los ingresos, con el objetivo de contribuir al desarrollo integral de la comunidad.

Secretaría de Turismo de México, SECTUR (2002) lo determina así:

Este segmento se orienta hacia la perspectiva de la cultura y el aprovechamiento de los recursos naturales por parte de las comunidades locales, ya que ofrece al turista la gran oportunidad de experimentar el encuentro con las diferentes formas de vivir de las comunidades que cohabitan en un ambiente rural, y además lo sensibiliza sobre el respeto y valor de su identidad cultural.

En este concepto de turismo rural, el turista no es un visitante-observador en un día de paseo; es una persona que forma parte activa de la comunidad durante su estancia en ella, en donde aprende a preparar alimentos habituales, crea artesanía para su uso personal, aprende lenguas autóctonas, el uso de plantas medicinales, cultiva y cosecha lo que cotidianamente consume; además es actor en los eventos tradicionales de la comunidad, percibe y aprecia creencias religiosas. El propósito principal de los viajes destinados al turismo rural es que el turista conviva e interactúe con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma. Dentro de las actividades que se realizan en el turismo rural se encuentran talleres artesanales, vivencias místicas, aprendizaje de dialectos, fotografía rural, talleres gastronómicos, preparación y uso de medicina tradicional, agroturismo, eco arqueología y etnoturismo.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID), concepto que refleja en gran medida los rasgos que dispone un tipo de turismo rural sostenible (CCT. Consejo Centroamericano de Turismo, 2010):

Turismo rural es el tipo de turismo que ocurre en el entorno rural (y natural), dirigido a una demanda cuyas motivaciones principales de viaje suelen ser el contacto con lo autóctono y la búsqueda de atractivos asociados al descanso, paisaje, la cultura

tradicional, la huida de la masificación y/o los valores naturales y la sensación de descubrimiento; requiere el uso sostenible de los recursos; contribuye a la revitalización de las economías locales; exige la integración de la población local y un desarrollo planificado y controlado, que implique un bajo impacto de las intervenciones.

OCDE, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2000), lo define:

Es el turismo que se realiza en destinos que tienen como características: poblados de menos de 10.000 habitantes y de 150 habitantes por kilómetro cuadrado, entorno y alrededores naturales, bajo nivel de infraestructura, actividades de ocio personalizadas, poco turismo y negocios comerciales pertenecientes a propietarios locales. Identifica, además de la función productiva, varios beneficios ambientales, incluyendo el paisaje, y el desarrollo socioeconómico de las áreas rurales como elementos de la multifuncionalidad.

A nivel de El Salvador no existe como tal, una postura conceptual oficial sobre Turismo rural, el IICA (2009) proporciono el siguiente concepto relacionado al manejo que otorga CORSATUR/MAG/MARN, en el marco del Plan Estratégico para el Impulso y Desarrollo del Agroturismo en El Salvador:

El conjunto de actividades turísticas que se realizan en los medios rurales y que se basan en las ventajas que presenta el entorno natural y humano específico de esas zonas. Pertenecen a esta categoría el ecoturismo, el turismo de aventura, el etnoturismo y el agroturismo.

Otros conceptos de turismo rural manejados por entidades vinculadas al turismo rural en el país, según estudio de IICA (2009):

Asociación de Turismo Rural de El Salvador (ATURES):

El concepto de turismo rural varía de país a país, adaptándose de acuerdo con los recursos y fortalezas turísticas que posea. ATURES subraya que si en algunos casos, se consideran el “ver” y “hacer” como elementos esenciales del concepto, en otros el concepto es más amplio, aludiendo a “toda actividad turística que se realiza en el ámbito rural, en armonía con las comunidades locales y la naturaleza”. Para el caso de El Salvador, ATURES promueve la definición siguiente: “Se considera Turismo Rural a la actividad turística que se desarrolla en establecimientos rurales que ofrecen servicios sustentados en la naturaleza, la actividad agropecuaria y la cultura. Supone que él o la turista comparten con la población local. Se diferencia del turismo

convencional porque es ésta actividad, el o la turista VE y HACE; lo que permite romper con el anonimato y vivir experiencias únicas.”

Concepto según la Red de Posadas Rurales:

Turismo rural: “turismo ubicado exclusivamente en zona rural o en una zona urbana con un entorno rural”¹⁵.

Concepto según la Universidad Dr. José Matías Delgado, Diplomado en Turismo Rural:

“El turismo rural es la actividad que se localiza principalmente alejado de las grandes urbes, teniendo como demanda principal al menos el 50% de las poblaciones urbanas”¹⁶.

b. SOSTENIBILIDAD Y TURISMO RURAL

Como ha podido observarse en la mayoría de los elementos que definen el concepto de turismo rural, estos están muy relacionados con lo que conocemos como turismo sostenible, que según la Organización Mundial del Turismo (OMT), es aquel desarrollo del turismo “conducente a la gestión de todos los recursos de tal forma que se satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas al tiempo que se respeta la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de apoyo a la vida”. (BID-FOMIN, 2011)

Al respecto, la especialista en Turismo Sostenible y Comunitario, Sabrina Bini, señala que el turismo sustentable es un medio para hacer conocer y respetar la cultura y los lugares, constituyendo una alternativa económica (IICA, 2009). El turismo así entendido debe ser sustentable principalmente respecto de tres ejes principales:

- lo ambiental: la actividad turística no debe destruir el ambiente donde se realiza. No debe comprometer los recursos naturales para las generaciones futuras.
- lo económico: debe distribuirse el resultado de la actividad económica, debe beneficiar a la gente del lugar.
- lo social: no debe destruir la cultura del lugar.

La literatura aplicada y relacionada a estos conceptos conexos es sumamente extensa, empezando por mencionar que puede abordarse desde varias perspectivas, en esta sección se ha querido ser puntual en el manejo de este tema, de manera que se tomara como base

¹⁵ Red de Posadas Rurales de Centroamérica (2007). Directorio de Red de Posadas Rurales de Centroamérica

¹⁶ Citado por Daniel Choto, In: “Foro en Guatemala: Crece el interés por el turismo rural sostenible”, El Diario de Hoy, 04 diciembre 2007.

el esfuerzo desarrollado por el Consejo Centroamericano de Turismo (CCT)¹⁷, máxima autoridad del sector turístico en Centroamérica, presentando “lo que para la Región es el turismo rural y la sostenibilidad turística”, ya que es un trabajo consensuado de los 7 países centroamericanos, para homogenizar el abordaje de la temática a nivel regional.

Retomar este enfoque resulta de gran valor para la presente investigación ya que se tiene una idea más clara de la forma en que el Turismo rural se relaciona con la sostenibilidad, desde la perspectiva centroamericana, aporta elementos para conocer su desarrollo en la Región, permite visualizar hacia donde se dirige, en el estudio del SITCA (2010), se nos revela esta realidad:

El CCT a través de la Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA), promueven y apoyan la implementación del Plan estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible 2009-2013, en el cual, dentro en una de sus grandes áreas denominada “Planificación, Investigación y Desarrollo sectorial”, se encuentra el desarrollo de nuevos productos multidestinos, y como una de sus actividades, el apoyo al turismo rural. Es por eso que con, financiamiento de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) a través del Fondo de España- SICA, SITCA puso en marcha el diseño y ejecución de un programa de apoyo al desarrollo del turismo rural, línea del Plan de Acción de Promoción del Turismo Sostenible en Centroamérica, el cual busca fomentar el desarrollo del turismo, como medio de combate a la pobreza y generación de empleo para nuestras comunidades.

1) Elementos de sostenibilidad aplicada al turismo

Partiendo de la definición de turismo sostenible, resulta necesario profundizar, brevemente, en los elementos de la sostenibilidad aplicada al turismo, de acuerdo al manejo del Consejo Centroamericano de Turismo, se tiene (SITCA ,2010):

a) Visión integrada del modelo de desarrollo

El paradigma de la sostenibilidad implica en primer lugar la necesidad de integrar dinámicas y procesos ecológicos, económicos y sociales. Sin embargo, no se trata de sumar objetivos ambientales, económicos y sociales reorientados, sino que iniciar el camino del desarrollo sostenible supone realizar una síntesis de los objetivos y herramientas sectoriales en nuevos principios integrados. En este sentido, los objetivos sectoriales del turismo y de cada uno de los subsistemas en que tradicionalmente se segmentan los procesos hacia la sostenibilidad (equidad

¹⁷ Formado por los Ministros de turismo de Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá.

social, crecimiento económico equilibrado o preservación del capital natural y la biodiversidad) son fines válidos en cada una de sus esferas, pero parciales y frecuentemente antitéticos.

Frente a la necesidad de objetivos y estrategias integradas, muy frecuentemente el concepto de desarrollo sostenible aparece ligado e identificado únicamente con variables ambientales, por lo que llega a confundirse turismo sostenible con un programa de certificación ambiental de los alojamientos o con simples planes de protección y regeneración de los recursos turísticos. A ello contribuye la banalización del concepto de sostenibilidad por su utilización generalizada e inadecuada, algo que condiciona su credibilidad y operatividad.

b) Sostenibilidad cultural, social y económico-empresarial.

Será necesario a su vez tener en cuenta no sólo los aspectos ambientales, en los que se ha centrado fundamentalmente el tratamiento de la sostenibilidad en el turismo hasta el presente, lo que se ha acelerado además por la influencia del cambio climático y sus potenciales efectos sobre la actividad turística en todo el mundo.

Los aspectos de sostenibilidad como adaptación a las estructuras sociales, a las culturas locales y sus peculiaridades; así como la creación y fomento de marcos y medidas de apoyo al tejido empresarial, son herramientas fundamentales para que la sostenibilidad sea un hecho real con influencia directa en el bienestar de las personas y de las sociedades locales. El fomento del emprendedurismo es también crucial para favorecer un desarrollo endógeno y no dependiente de estructuras externas en el turismo local, estimulando el desarrollo de estructuras productivo-receptivas con base local en el marco del denominado CBT Community Based Tourism. La principal desventaja del CBT es su dificultad para llegar a los mercados finales por desconocimiento de los canales de comercialización, y por la debilidad de sus estructuras.

c) La necesidad del cambio

El concepto de sostenibilidad va ligado a la ineludible necesidad de introducir cambios en el predominante modelo turístico y de uso del territorio a todas las escalas, pues se parte de crecientes evidencias de desequilibrios sociales, económicos y en el uso de los recursos naturales, pero al mismo tiempo también se identifica la necesidad de mejorar la forma cotidiana de vivir el lugar y la calidad de vida.

El diagnóstico es claro: resulta poco probable que una evolución espontánea de los procesos nos acerque a la sostenibilidad, y es también improbable que el poder público asuma un programa voluntarista y completo de ordenación de externalidades ecológicas, con contradicciones tan fuertes entre presiones económicas y presiones ecológicas o sociales. Por tanto, iniciar un proceso hacia la sostenibilidad a cualquier escala es un reto de gran calado que exige profundos cambios culturales, de mentalidad, de prioridades, e incluso, a largo plazo, una reorganización de la escala social de valores.

d) La participación de las comunidades locales

Turismo sostenible implica, de forma ineludible, la participación de las poblaciones locales en la planificación, el desarrollo y la gestión de las actividades turísticas; es decir, las comunidades locales deben tener capacidad de decisión en las políticas, planes o actuaciones que conciernen a su futuro. El objetivo es que las iniciativas respondan a una determinada visión compartida del futuro, resultado de un proceso previo de concertación de voluntades.

Ello enlaza con una línea de pensamiento político, técnico e incluso científico que reclama la urgencia de introducir cambios metodológicos significativos en los procesos tradicionales de definición de proyectos turísticos. Se trata cada vez menos, como apunta el profesor Subirats, de que “unos pocos expertos apliquen conocimientos contrastados; es necesario que múltiples actores negocien, diseñen experiencias piloto, innovando, aprendiendo y llegando a formular políticas de nueva generación”.

Incorporar la participación a los proyectos y planes turísticos debe suponer incluso la alteración de las prioridades y del énfasis en los procesos de planificación, dedicando menos tiempo y esfuerzo a la elaboración de complejos y minuciosos documentos de diagnóstico y estrategias, y dirigir recursos a la creación o fortalecimiento de las redes participativas.

e) La visión a largo plazo

La sostenibilidad implica perseguir la igualdad de oportunidades y la distribución equitativa de los recursos para el desarrollo de nuestras vidas y de las generaciones futuras. Implica, por tanto, una solidaridad intergeneracional que evite las importantísimas transferencias de insostenibilidad hacia el futuro que actualmente se producen. Desde esta perspectiva, los recursos turísticos y el territorio en su conjunto constituyen el legado de generaciones pasadas y forman parte de un patrimonio colectivo al que se adscribe un determinado sentimiento de identidad

colectivo o individual. Su conservación en las mejores condiciones posibles es un compromiso de las generaciones actuales con las venideras. Por tanto, el aprovechamiento de los recursos turísticos debe abordarse desde la perspectiva del largo plazo y el mantenimiento continuo de sus valores. La solidaridad intergeneracional exige primar la consideración de los efectos a largo plazo de las alternativas frente a sus repercusiones más próximas en el tiempo.

Es muy cierto que las situaciones ambientales y socioeconómicas que determinados proyectos o planes pretenden contribuir a afrontar, presentan urgencias sociales que en determinados casos hacen inviable acometer acciones que únicamente consigan los efectos deseados a largo plazo, pues la no resolución de los problemas del presente haría inviable siquiera plantearse los del futuro. Sin embargo, la necesidad de acometer decisiones con rapidez para solventar los problemas actuales debe ser compatible con una visión del turismo que defina estrategias a largo plazo con la suficiente flexibilidad como para adaptarse y modificar sus contenidos de acuerdo con los cambios.

f) El énfasis en el territorio y el lugar

Se trata de reconocer y defender la especificidad de cada lugar, de recuperar la adaptación de la actividad turística a los patrones locales de aprovechamiento del territorio. Su importancia procede, en primer lugar, de la certeza de que en el pasado se ha actuado de forma contraria, pues se han creado espacios turísticos homogéneos y banales, indiferenciados y con muy escasas conexiones con los paisajes, ecosistemas, historia y comunidades locales. Como ya aventuraba Mumford, se estaba produciendo una “desastrosa simplificación del medio ambiente, una estandarización realizada con criterios económicos y funcionales que destruye la diversidad que el hombre necesita para poder desplegar formas de vida más ricas y creativas”.

Conservar el carácter de los paisajes es un criterio especialmente útil para la definición de cualquier estrategia de futuro en los destinos turísticos. El objetivo es evitar la estandarización, aprovechando los recursos naturales y paisajísticos propios como instrumento de diferenciación y de posicionamiento en el mercado. Ello permitirá mantener la diversidad “de aquello que es diverso por naturaleza: el paisaje” pero también su identidad, reforzando el sentido del lugar, un criterio crecientemente valorado por los planificadores de los destinos turísticos, que interpretan que la adaptación de la actividad turística a los patrones locales de aprovechamiento del territorio es una de las vías para hacer viables estrategias de competitividad de los destinos. La idea es “defender un disfrute racional de los

valores de cada lugar”, (Barba, Pie; 1996) sin que la incorporación del turismo los destruya. La diversidad de los espacios rurales y naturales es así un elemento diferencial clave en la imagen corporativa turística de los destinos rurales.

g) La aceptación de los límites y la necesidad de introducir los ritmos

Desde la perspectiva de la sostenibilidad, se deben priorizar aquellos tipos de crecimiento y de actividad económica y turística que contribuyan, en mayor medida, a mejorar la calidad de vida de la población y “a producir determinados bienes y servicios que la gente necesita, como viviendas confortables, educación, servicios sanitarios, alimentación sana, oportunidades culturales y recreativas y cosas similares” (Wheeler, 2004). No se trata, por tanto, de no crecer sino de crecer de otra forma, un desarrollo diferente en términos cualitativos, un desarrollo cualificado.

Es también relevante incorporar el manejo de los ritmos de crecimiento, máxime cuando se está planificando la urbanización o las implantaciones turísticas en las que la velocidad con la que se produce la transformación es uno de los elementos que condiciona la respuesta de los sistemas naturales y sociales. Se trata de considerar que el territorio es un recurso escaso que ha de ser gestionado de forma inteligente, no dilapidando en pocos años todo su stock, y asumiendo siempre el criterio de largo plazo en su planificación.

2) Rasgos característicos de un turismo rural sostenible

Partiendo de la conceptualización de turismo rural y sostenibilidad, es posible llevar a definir con claridad que el turismo rural es sostenible si se caracteriza por los siguientes rasgos CCT (Secretaría de Integración Turística Centroamericana SITCA, 2010):

- ✓ **Practicado en espacios de dominante rural y/o natural.**
Aquel que se practica en un entorno rural o natural con calidad ambiental, en el que se disfruta de la proximidad de la naturaleza, más o menos transformada, aunque nunca urbanizada.
- ✓ **Turismo activo que permite establecer una relación diferente con el destino.**
El turismo rural tiene un cierto carácter alternativo frente a formas más tradicionales y pasivas de practicar turismo en los espacios litorales. Crear un producto de turismo rural debe permitir practicar ciertas actividades que contribuyan a conocer de forma más profunda, “auténtica” y diferente los territorios visitados.

✓ **Turismo no masivo.**

El turismo rural se vincula a un ocio no masivo que debe permitir disfrutar de la tranquilidad asociada a los espacios rurales y naturales. Los alojamientos turísticos han de tener una escala rural, es decir, de pequeñas dimensiones e integrados sin conflictos en el espacio y la sociedad rural.

✓ **Con la participación de las sociedades locales.**

Turismo sostenible implica, de forma ineludible, la participación de las poblaciones locales en la planificación, el desarrollo y la gestión de las actividades turísticas. Las comunidades locales deben tener capacidad de decisión en las políticas, planes o actuaciones que conciernen a su futuro.

✓ **Definido para beneficiar a las comunidades locales.**

Conceptualmente, el turismo rural se concibe como un instrumento de desarrollo local que no trata de suplir las bases agropecuarias de las economías rurales, sino que su objetivo es complementar los ingresos de las familias.

✓ **Adaptado y respetuoso con el carácter de cada lugar.**

Las actividades y los alojamientos turísticos deben reconocer y defender la especificidad de cada lugar, adaptándose a los patrones locales de aprovechamiento del territorio. Se trata de favorecer el disfrute racional de los valores de cada lugar sin que la incorporación del turismo los destruya.

Por lo tanto hasta este momento entre la cantidad de definiciones consultadas y mostradas, en el presente documento, se considera la más acertada la propuesta de definición del Banco Interamericano de Desarrollo ya que refleja en gran medida estos rasgos descritos, al referirnos como Turismo Rural como tal, hacia un enfoque de sostenibilidad.

c. MODALIDADES DE TURISMO RURAL

Este apartado tendrá sus fundamento en el capital intelectual generado en este tema, por el Consejo Centroamericano de Turismo (CCT), asimismo se verá enriquecido por elementos complementarios designados por la Organización Mundial del Turismo (2003) y Barrera & Muñoz (2003) que no se han considerado; en el estudio SITCA (2010) el CCT señala que la amplitud del concepto de turismo rural sostenible, permite acoger un buen número de tipologías turísticas y denominaciones, que son las siguientes:

1) Agroturismo

Se denomina agroturismo cuando el motivo principal del cliente es conocer, participar o disfrutar de las actividades vinculadas con la producción agropecuaria. Por lo tanto esta modalidad se presenta como un complemento de la actividad principal del establecimiento agropecuario. El visitante participa activamente de las actividades productivas (cosecha, laboreo del suelo, etc.). La familia debe participar activamente en la acogida de los turistas y compartir con ellos las actividades que se ofrecen.

Esta actividad se vuelve más atractiva, en la medida de que la oferta del establecimiento sea más diversificada.

2) Ecoturismo

Se incluye el ecoturismo entre las tipologías de turismo rural sostenible si bien es preciso tener presente que, en la mayor parte de los países de Centroamérica funciona como un segmento turístico independiente. No obstante, en otras ocasiones se incorpora como tipología complementaria o bien forma parte de la oferta de turismo rural.

Tiene como principal objetivo la inserción del visitante en el medio natural, en el que se educa sobre las particularidades de cada ambiente al tiempo que disfruta de actividades que resaltan la belleza de sitios incontaminados y puros, donde se debe ser respetuoso con el medio ambiente y mantener el bienestar de la población local.

Es tan importante contar con información sistematizada sobre las distintas especies (flora y fauna) que se pueden encontrar en el predio, como estar informados de todo lo relativo a dichas especies que pueda ser de interés para el turista.

3) Enoturismo

La mayoría de las comunidades aborígenes de la región cuentan con recursos atractivos para la explotación turística. Debe enfatizarse que toda propuesta de turismo rural a desarrollar en las comunidades originarias, debe contar con la participación de sus integrantes, teniendo especial cuidado en el impacto ambiental y cultural que la misma puede causar.

Por lo tanto esta modalidad turística está orientada al conocimiento de las tradiciones y costumbres locales, así como también al desarrollo de actividades de intercambio cultural con habitantes originarios de las áreas visitadas.

4) Turismo rural comunitario.

Es el tipo de Turismo sostenible en el que un alto nivel de control y un porcentaje considerable de los beneficios deben estar en manos de miembros de comunidades locales. Se enmarca en la definición global de CBT- Community Based Tourism.

5) Turismo justo, turismo responsable y turismo solidario

Es necesario tener en cuenta también en el marco de la sostenibilidad turística las progresivas tendencias y generalización de los términos del turismo justo y del turismo responsable, que se basan en la distribución equitativa de los beneficios del turismo hacia la comunidad local; así como en la responsabilidad social y ambiental de las actividades turísticas de una forma general. Éstos son los términos que están siendo más generalmente aceptados en Europa, existiendo ya agencias de viajes de que se autodenominan como de turismo responsable en los principales países emisores europeos.

Así mismo, el turismo solidario ligado tradicionalmente a ONG's y actividades de voluntariado también ha encontrado un hueco en las agencias de viajes de dichos países, y opera con este nombre en todos los países de Centroamérica, constituyendo un producto en sí mismo.

La OMT (2003) define el siguiente conjunto de modalidades ligadas al turismo rural:

6) Turismo Cultural

Modalidad que privilegia el respeto al patrimonio natural y cultural. Su principal sustento es la riqueza histórica que se atesora en el seno de muchas familias criollas. El turismo cultural es un proceso social que tiene como elemento distintivo la referencia al conjunto de procesos simbólicos que denominamos "cultura", así como a sus productos.

Existen numerosos establecimientos que poseen un rico patrimonio histórico y que a partir de la actividad turística pueden conservar en manos de las familias a quienes pertenece, manteniendo así parte de su historia en el lugar.

7) Turismo de Aventura

Es aquel viaje o excursión con el propósito de participar en las actividades para explorar una nueva experiencia, por lo general supone el riesgo advertido o peligro controlado asociado a desafíos personales, en un medio ambiente natural o en un exótico escenario al aire libre, para producir sensaciones de descubrimiento. En muchos países gran parte de la oferta de turismo de aventura se desarrolla en tierras fiscales, parques nacionales y reservas provinciales o privadas. En la Argentina más del 90% de la superficie está en manos de privados.

Dependiendo de la ubicación del predio y de las capacidades de los establecimientos para la puesta en valor turístico, se practican desde actividades de agua (canotaje, rafting, windsurf, entre otras), o de aire (vuelos en globo, parapente, por nombrar las más comunes) hasta de tierra (trekking, montañismo, travesías, cabalgadas, etc.), siendo muchas veces practicadas en el medio rural pero a cargo de especialistas y personas reconocidas en su actividad.

8) Turismo Deportivo

Es muy variada la oferta deportiva en los establecimientos. Desde juegos típicos de cada región (en Argentina, el Pato o el Polo) hasta diversas ofertas que van desde tenis, tiro al blanco, fútbol o voley (por nombrar algunas muy comunes a los establecimientos). No obstante las de mayor rentabilidad en los casos en los que se ofrece al turista, están vinculados con la pesca y la caza deportiva.

Es importante realizar una aclaración. Lo que lleva al productor agropecuario a desarrollar alguna actividad vinculada con el turismo es la necesidad de mejorar la rentabilidad de su establecimiento. En función de ello se deben analizar las posibilidades comerciales de cada especie. Es muy diferente desarrollar una oferta sobre la caza deportiva basada en especies introducidas, que sobre especies autóctonas. Mientras que sobre estas últimas puede afectar el futuro de la especie, para los casos de especies introducidas, puede ser una variante económicamente viable y que no desplace a las autóctonas.

9) Turismo técnico-científico

En este caso, el motivo de viaje del turista está relacionado con las tecnologías y conocimientos aplicados a la producción. Profesionales y entendidos viajan con el interés de incorporar conocimientos sobre los sistemas productivos.

También integran este segmento los interesados en los recursos paleontológicos, geológicos y especies únicas o poco comunes, que pueden encontrarse en el ámbito rural.

Es decir, se trata de aquellas propuestas turísticas que surgen de la iniciativa de explotaciones agropecuarias o cadenas agroalimentarias que se destacan por su modalidad de producción o nivel tecnológico, y que tienen un fuerte atractivo para productores e investigadores de otras regiones y países.

10) Turismo educativo

Cada vez es más frecuente que docentes de jóvenes y de niños incluyan, en sus actividades, la visita a granjas educativas donde se pueden ver distintas especies de animales e instruir sobre los sistemas productivos de estos establecimientos preparados para educar a partir de su actividad productiva.

11) Turismo de eventos

Existe un potencial a explotar por los establecimientos cercanos a las ciudades y con capacidad para organizar eventos. Es importante la infraestructura y el equipamiento, siendo muy variadas las opciones desde eventos sociales (casamientos, cumpleaños, etc.) hasta reuniones empresariales (seminarios y reuniones de trabajo). En estos casos la inversión de parte del establecimiento es más importante, sobre todo en lo referido a la infraestructura como espacios comunes, salones, baños, etc.

12) Turismo de salud

Quizás el caso más claro es el de aquellos campos donde se cuenta con aguas termales, sin necesidad de desarrollar sólo una oferta para enfermos sino por el contrario con una visión más amplia y orientada a una mejor calidad de vida. Otras ofertas están orientadas al tratamiento anti estrés donde el medio rural puede ser de gran ayuda.

También existen establecimientos que ofrecen tratamientos de equino terapia, con equipo de profesionales de varias disciplinas. Los psicólogos han descubierto que los caballos ejercen un valioso efecto terapéutico en los niños.

13) Turismo gastronómico

La vinculación entre el sector turístico y el gastronómico es muy importante y, en el caso del medio rural, cobra especial interés por la posibilidad de tomar contacto con el producto antes de llegar a la mesa. Dado que la mayoría de los establecimientos dedicados al turismo rural utilizan gran parte de sus producciones en su oferta gastronómica, para el turista representa una experiencia superior que sabe apreciar cuando un plato está compuesto por productos del lugar. Comprende, asimismo, las Rutas alimentarias.

De acuerdo a Barrera, E. & Muñoz, R. (2003), también se consideran dentro de las modalidades practicadas en el turismo rural las siguientes:

14) Otros

Corresponde a la variedad de ofertas existente a las mencionadas en el medio rural.

Turismo en pueblos rurales: Este tipo de turismo rural se realiza en pueblos que se abren a la actividad a pesar de, muchas veces, carecer de atractivos turísticos naturales o de otro tipo.

Turismo religioso: Es aquel donde los productores agropecuarios dedicados al turismo rural, en zonas donde el elemento religioso adquiere gran relevancia, ofrecen servicios, por ejemplo a los peregrinos, y un ámbito de reflexión y retiro espiritual.

Turismo esotérico: Es realizado en zonas donde se pueden apreciar costumbres y creencias de culturas ancestrales, así como sus cosmovisiones.

Comunidades de recreación y retiro: Son aquellos emprendimientos residentes destinados tanto a personas mayores que desean retirarse de la vida activa en ambientes bucólicos, como a familias jóvenes con hijos como destino de residencia o de vacaciones de estilo tiempo compartido.

ANEXOS CAPITULO III

ANEXO 3.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN EXTERNA DEL TURISMO RURAL COMUNITARIO PARA EL MUNICIPIO DE TECOLUCA

1. Análisis de Entorno

Este análisis comprende la descripción de la situación actual de los diferentes aspectos del ambiente externo, que inciden de manera directa en el desempeño del Turismo Rural Comunitario. Es decir, en esta parte se tratara de dar a conocer la situación actual y tendencias del turismo en general y en particular el Turismo Rural Comunitario en el país. Los principales aspectos a desarrollar son: el **Institucional, Político, Económico y Social**.

a. ENTORNO INSTITUCIONAL

En esta parte se presentaran principalmente aquellas Instituciones que en diferentes niveles se encuentran apoyando el desarrollo del Turismo, específicamente de la modalidad de Turismo Rural Comunitario en el país, así como también en lo que respecta al apoyo que se brinda al Municipio de Tecoluca en este tema.

1) INSTITUCIONES A NIVEL NACIONAL

MITUR, CORSATUR, ISTU

Estas representan las principales organizaciones gubernamentales responsables de la actividad turística. El orden cronológico en que fueron surgiendo, Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) y el Ministerio de Turismo (MITUR), permite advertir que el marco institucional del turismo ha tenido varios cambios, dando paso a la creación de instituciones, leyes y planes que han priorizado una visión de turismo, como eje generador de empleo y divisas. (PRISMA, 2010).

En la actualidad este *marco institucional de turismo no está en sintonía con el desarrollo de la actividad turística del país*, primordialmente porque está, en el transcurso de los años ha ido evolucionando hasta convertirse en una actividad más compleja, inclinándose hacia tipos de turismo no convencionales, de manera que hoy los nuevos empresarios van surgiendo de sectores no tradicionales, enfáticamente del área rural (asociaciones comunales, cooperativas, etc.), quienes están apostando a iniciativas de la modalidad turismo rural, como medios de subsistencia en complemento a sus actividades económicas diarias.

Esta situación se evidencia en el hecho que *CORSATUR/MITUR no integra a los espacios de decisión que afectan el desarrollo del turismo en el país*, a las Instituciones y organizaciones que dinamizan el turismo actualmente (el caso de la micro y pequeña empresa y organizaciones comunitarias), puesto que en su estructura de decisiones está conformada principalmente por la Gran empresa (ANEP), no dando lugar a que el turismo responda a los intereses de las más pequeñas iniciativas. Por tanto es necesario analizar y valorar la pertinencia de las instituciones que forman parte de su Junta Directiva de CORSATUR, para la toma de decisiones.

Otro aspecto relacionado es la *falta de pertinencia al contexto actual de las competencias, Leyes promulgadas, en las diferentes Instituciones encargadas del turismo*.

Según PRISMA, 2010, estas Instituciones han ido surgiendo en momentos diferentes y sus no siempre responden a las exigencias del sector, por ejemplo, el MITUR¹⁸ es el ente rector de la actividad turística y, por lo tanto, se encarga de la formulación de las políticas, planes, proyectos y otros que contribuyan a dinamizar al sector (CSJ, 2005). Pero en la actualidad sus competencias son muy similares a las desarrolladas por parte de CORSATUR, generando controversia y ambigüedad, que es percibida principalmente por los mismos empresarios e instituciones dentro del sistema turístico, puesto que muchas veces su papel se reduce a la promoción turística, que es función designada a CORSATUR.

Es importante externar al analizar la Situación del Turismo, sobre todo de la modalidad en estudio, que el Marco legal en el país, necesario para impulsar el desarrollo del Turismo rural comunitario, no cuenta con políticas claras de parte del MITUR, aún es indiscutible que estas están muy enfocadas en la gran inversión privada, en primer lugar no la ha reconocido como modalidad para promoverla como parte de la oferta turística del país, si bien es cierto que el Plan Quinquenal seguido por el actual Gobierno, contempla una política de turismo; que resalta la necesidad de dinamizar el turismo interno, prestando atención a las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMEs), sobre todo en las zonas rurales, para mejorar su calidad de vida y revalorizar los recursos naturales y culturales de los territorios. (Gobierno de El Salvador, 2010), esta no se ha plasmado en estrategias y planes de acción específicos y aunque el Ministerio de Turismo promueve el turismo interno a través del programa Pueblos Vivos, su trabajo actual se concentra en aportar a la promoción y señalización de rutas (PRISMA, 2010).

Situación Actual MTRC y MITUR

Actualmente el Ministerio de Turismo forma parte de la Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario¹⁹ a través del área de Turismo y Desarrollo Territorial, pero su participación hasta este

¹⁸ Asimismo tiene a su cargo la aplicación de la Ley de Turismo, cuyo objetivo es fomentar, promover y regular la industria y los servicios turísticos del país, prestados por personas naturales o jurídicas nacional o extranjeras. (CSJ 2005)

¹⁹ Espacio referente de la actividad "Turismo Rural Comunitario" en el país.

momento ha sido pasiva, no ha existido un aporte relevante para promover este tipo de turismo, todavía no ha existido un viraje sensible en sus políticas que contribuyan en el fortalecimiento y sostenibilidad del sector rural, que lo que se busca dentro de la mesa. Desde septiembre de 2012, han existido acercamientos entre ambas, para lograr incorporar a las iniciativas de Turismo Rural Comunitario dentro de los beneficios que promueve la Ley de Turismo a los sujetos que desean invertir en la actividad Turística. Tarea que no ha sido muy sencilla dado que entre los requisitos se requiere que las iniciativas, cuenten con personería jurídica (empresas inscritas como tal), realidad que es muy difícil por la naturaleza de las organizaciones rurales, cooperativas, pero aún se encuentran dentro de estas gestiones.

Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)

Es una de las Instituciones Gubernamentales que ha apoyado ampliamente al Turismo Rural Comunitario (TRC), desde su incursión en la mesa de TRC, ha logrado incorporar este tipo de modalidad de turismo dentro de sus Planes de trabajo para fortalecerla, puntualmente en los programas de modernización rural.

Es a través del Plan de Agricultura Familiar que desarrolla, que le ha dado mucho énfasis dentro de la cadena Turismo Rural y artesanías, con ello pretende convertirla en una alternativa para la generación de empleos e ingresos que sean distribuidos equitativamente en el tiempo. Para el año 2012 una de las metas en la Cadena de Turismo Rural, consistió en generar un total de ingresos de \$2.2 millones (MAG, 2012), distribuidos en:

- A. Ingresos por incremento de productividad: \$1.4 Millones
- B. Incremento ingresos por empleo: \$0.8 Millones
- C. 2800 beneficiarios
- D. 560 nuevos empleos

La responsabilidad de esta cadena la realiza la dependencia del MAG, Dirección General de Desarrollo Rural (DGDR), que impulsa el programa Amanecer Rural (PROGRAMA DE COMPETITIVIDAD TERRITORIAL RURAL), quien consolida a las empresas asociativas creadas mediante la atención a través de los programas PREMODER (Programa de Reconstrucción y Modernización Rural), Proyecto de Desarrollo y Modernización Rural para la Región Oriental (PRODEMORO) (fecha de cierre, junio del 2017); y el Proyecto de Desarrollo y Modernización Rural para las Regiones Central y Paracentral (PRODEMOR Central) (inició operaciones en agosto de 2010; fecha de cierre, junio de 2016).

El primero de ellos desarrollado en la zona occidental del país, concluyó a mediados de 2011, pero lo hizo con muy buenos resultados, alrededor de 18 iniciativas en TRC se vieron beneficiadas, en aspectos tales como el Fortalecimiento de la asociatividad, fortalecimiento de la gestión empresarial y de mercadeo, vinculación a mercados, lograron mejorar su competitividad y sobretodo lograron su auto sostenibilidad; mejorando con ello notablemente las condiciones económicas y sociales de las familias rurales involucradas.

A la fecha con la ejecución del PRODEMOR-CENTRAL, en el marco del Plan de Agricultura Familiar-PAF, se han implementado 18 proyectos vinculados a las cadenas de granos básicos, café,

ganadería, turismo rural, frutas y hortalizas, beneficiando a 2,090 personas de las cuales el 30% está representado por mujeres (MAG Junio 2012), donde las iniciativas de TRC están viéndose beneficiadas .

Situación Actual MTRC y MAG

Ante estos logros es importante destacar el aporte del Ministerio de Agricultura y Ganadería, al Turismo Rural Comunitario, en temas como la diversificación productiva, Generación de empleo e ingresos, cambios en las relaciones de género, protección de los bosques y preservación de recursos naturales, dinamización de las economías locales (MAG, 2011). Asimismo fue posible a través del Programa de Reconstrucción y Modernización de las Áreas Rurales (PREMODER), el último mapeo de experiencias en TRC, realizado por Fundación PRISMA y el Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG). (PRISMA 2012).

Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN)

Actualmente el Ministerio de Medio Ambiente (MARN) está desarrollando una gestión más inclusiva de las áreas naturales protegidas y espacios de conservación donde las comunidades rurales son actores relevantes en su manejo, este punto ha permitido vincular el TRC.

El Ministerio participa dentro de la Mesa de Turismo rural comunitario, apoyando en temas de interés como el cambio climático, por medio de la dependencia de Participación Ciudadana, asimismo se ha logrado contar con la cooperación la Viceministra de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

En febrero de 2012 se tomaron varios acuerdos importantes entre MARN y la Mesa de Turismo Rural Comunitario: 1) El MARN apoyará la inclusión del turismo sostenible y el TRC en la agenda de CORSATUR, aprovechando su representación; 2) MARN y La Mesa Nacional de TRC se coordinarán para presentar el tema en otros espacios, como en las discusiones sobre FOMILENIO II. 3) Dado que el MARN ha propiciado cambios en los criterios de proyectos apoyados por los fondos ambientales, FIAES y FONAES, La Mesa invitará a representantes de estas instituciones para que expliquen las posibilidades de apoyo y comprender quiénes pueden ser beneficiarios de estos programas y4) El MARN dará seguimiento al tema de las capacitaciones al sector de TRC con la representante de la institución en la Mesa. (PRISMA 2012).

En mayo de 2012, el MARN durante su participación en el “Foro sobre la competitividad del Turismo Rural Comunitario y turismo de base local en el marco de las políticas de desarrollo territorial”, reconoció la importancia de esta modalidad en su aporte a la conservación ambiental, dado que contribuye a la valoración de lugares cuya belleza escénica es representativa de la belleza rural, con ello se favorece a la conservación de valiosos recursos naturales como bosques, ríos, lagunas.

En el evento la Viceministra de Medio Ambiente y Recursos Naturales Lina Pohl, manifestó que “el turismo es una oportunidad económica y al mismo tiempo es clave para promover acciones de protección y restauración del ecosistema, con respecto al ámbito territorial, esta modalidad de turismo tiene la potencialidad de vincular la gestión local del turismo con la gestión cultural y la conservación ambiental, fortaleciendo el protagonismo de los actores locales”. (MARN mayo 21012), de manera que es claro el compromiso de este Ministerio por apoyar la sustentabilidad ambiental, que se inmersa en el papel que desarrolla la Mesa de TRC en sus iniciativas, ya que se reconoce que las actividades económicas y los procesos asociados que desatan (demográficos, urbanísticos, infraestructurales, etc.) tienen efectos importantes sobre los recursos naturales. (MARN 2012)

En efecto el Ministerio del Ambiente y Recursos Naturales (MARN) es el encargado del Sistema de Áreas Naturales Protegidas. De manera que debe velar por proteger estos Recursos Naturales, que muchas veces están inmersos dentro de la actividad turística, bosques, reservas, zona costero-marina, etc.

Entre otros aspectos relacionados que desarrolla es hacer cumplir la Ley del Medio Ambiente que obliga a los complejos turísticos a someterse a Estudios de Impacto Ambiental, asimismo elabora directrices relativas al manejo de desechos que se originan en la infraestructura turística, con el fin de prevenir la contaminación del ecosistema, sea boscoso- marino-costero.

Ministerio de Economía (MINEC)

Es una institución que se ha involucrado cada vez más dentro de la Mesa de Turismo Rural Comunitario, participa a través de su dependencia Dirección de Encadenamientos productivos, a través de programas de desarrollo económico comunitario, actualmente ha proporcionado vínculos con otras dependencia del MINEC, para proporcionar Líneas de apoyo para el sector, en el marco de las políticas de desarrollo territorial.

En este sentido con el fin de fomentar la competitividad de la MIPYME en Turismo rural, se cuenta con la participación del Fondo de Desarrollo Productivo (FONDEPRO), el cual es un fondo financiero que otorga líneas de cofinanciamiento parcial no reembolsable, de manera que puede proporcionar un aporte financiero parcial para que los empresarios desarrollen su iniciativa, mejoren su competitividad y generando a su vez impacto económico al interior de las empresas, siempre que el aporte restante de inversión lo llevan a cabo ellas. (MINEC mayo 2012).

Ministerio de Relaciones Exteriores (MREE)

Este Ministerio tiene entre sus competencias —promover activamente la vinculación económica de los salvadoreños en el exterior, por medio de actividades orientadas a aumentar las relaciones económicas, comerciales, de inversión y de turismo. (PRISMA 2010) Por lo tanto, así como una las funciones del CORSATUR, el Ministerio tienen como objetivo común la promoción del país en el extranjero con la idea de atraer inversión y aumentar las divisas.

Con respecto a la Mesa de Turismo rural comunitario, el Ministerio de Relaciones Exteriores, participa activamente. A través de la Dirección de Inversión y Negocios, ha buscado vincular las iniciativas de pequeños productores rurales y empresarios de turismo rural con inversionistas extranjeros y salvadoreños en el exterior, con los cuales realiza ruedas de negocios donde participan las iniciativas de TRC.

Como se ha mencionado, ha incorporado al TRC dentro del tema de turismo que promueve, asimismo en la búsqueda que desarrolla la MTRC, de crear una política de Turismo Rural comunitario en el país, se ha empezado a trabajar con este Ministerio para identificar posibles cooperantes interesados en apoyar un proceso de asistencia técnica para los funcionarios encargados de hacer todos estos movimientos, para los técnicos encargados de traducir las políticas en acción y para las organizaciones sociales que son las encargadas del manejo de los recursos naturales y de la actividad turística.

Policía de Turismo de El Salvador (POLITUR)

Es una División Policial de la PNC (Policía Nacional Civil), especializada en materia de Seguridad Turística, coadyuvando a la prevención del delito, garantizando la excelencia en el servicio al turista; contribuyendo así a elevar la imagen y cultura de El Salvador, como destino turístico a nivel internacional. (POLITUR 2012)

Esta entidad desarrolla un trabajo en conjunto con el Ministerio de Turismo y otras entidades participantes en el desarrollo de la Seguridad Turística del país, mediante acciones muy bien definidas en su Instructivo Especial de Seguridad Turística entre ellas se encuentran:

- Operativos policiales en circuitos turísticos
- Patrullajes preventivos.
- Controles vehiculares.
- Levantamiento de información sobre perfiles criminales.
- Reuniones comunitarias con habitantes, sector empresarial turístico, instituciones gubernamentales y no gubernamentales.
- Eficacias policiales.
- Contacto ciudadano.
- Toma de denuncias.
- Asistencia a guías turísticos locales.
- Escoltas y asistencia a turistas.
- Seguridad en eventos turísticos.
- Inducción turística en centros educativos.
- Actividades de acercamiento con la comunidad.

Los miembros policiales están altamente capacitados en:

- Buceo en aguas abiertas
- Rescate acuático, vertical y montañismo

- Idioma inglés
- Guías Turísticas Locales.
- Patrimonio cultural.
- Geografía de El Salvador.
- Intervención policial en situaciones de explotación sexual comercial.
- Legislación de Migración y Extranjería.
- Primeros auxilios
- Navegación marítima y maniobra de buques.
- Entre otras.

En la actualidad esta institución cuenta con una cobertura nacional detallada en oficina central “POLITUR”, 16 Puestos policiales de POLITUR, Bases del Grupo Marítimo Policial: Puerto de Acajutla y Puerto El Triunfo (2), en los departamentos de Cabañas, San Vicente, San Miguel y La Unión, no existe presencia de esta división. (POLITUR 2012)

Esta institución no participa de la Mesa de Turismo Rural comunitario.

Ministerio de Salud (MINSAL)

Actualmente este Ministerio fortalece y coordina acciones con el Sistema de Seguridad Turística del país²⁰, que se enmarca dentro de un área del Plan Nacional de Salud y Turismo del país, a fin de garantizar la salud de los viajeros nacionales y extranjeros que entran o salen del país. Producto de esta coordinación El Salvador no está en la lista de país con problemas del Virus de la Gripe H1N1 y Leptospirosis.

Desde 2010 se tiene conformada la Comisión de Salud y Turismo, integrada por representantes del Ministerio de Turismo, Corporación Salvadoreña de Turismo, Ministerio de Medioambiente y Recursos Naturales, Cámara Salvadoreña de Turismo, Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, con el apoyo de la Organización Panamericana de la Salud. Cuyo objetivo principal es la creación, coordinación y realización de programas que garanticen la salud integral de las poblaciones en los diferentes productos turísticos y sectores involucrados a través del uso racional de los recursos económicos y la asignación de los mismos en temas de prioridad nacional.

Es a partir de esta Comisión que para 2011 ya se cuenta con un Plan Nacional de Salud y Turismo para El Salvador, que define 6 áreas temáticas para el desarrollo de estrategias y actividades:

1. Normas y Reglamentos
2. Sensibilización y coordinación intersectorial e interinstitucional
3. Integración de servicios de salud en la oferta turística

²⁰ El Sistema de Seguridad Turística, en materia de Salud, tiene como objetivo brindar asistencia e información a los turistas y visitantes tanto nacionales como extranjeros sobre los servicios de salud existentes en el país, la divulgación de recomendaciones para la prevención de enfermedades infectocontagiosas, regulaciones en el manejo de alimentos.

4. Calidad de alimentos, agua, saneamiento y protección ambiental.
5. Seguridad Turística
6. Desarrollo de Capacidades e información

Algunas estrategias importantes que se están desarrollando están:

- Aplicar las normativas en el monitoreo de los establecimientos turísticos.
- Integrar en la implementación de los programas de salud y turismo a todas las instituciones relevantes al tema.
- Articular los servicios de salud de salud (ambulancias, clínicas ambulantes, grupos los establecimientos turísticos a la red de rescate, entre otros.) a las instalaciones de salud pública.
- Implementar sistema de monitoreo de agua y alimentos de riesgos vinculado a alimentos y agua en los en los establecimientos turísticos.
- Diseñar e implementar un programa de control y vigilancia sanitaria del agua en los productos turísticos.
- Fortalecer la gestión y el manejo de desechos sólidos en las zonas turísticas.
- Promover los certificados de calidad en los establecimientos turísticos.
- Preparativos para situaciones de emergencias y desastres.
- Organización comunitaria en zonas turísticas.
- Promover la capacitación en Salud y Turismo en el sector turístico.

Otro aspecto a detallar en materia de servicios turísticos, es sobre los restaurantes que deseen iniciar operaciones, los cuales deben obtener la licencia de funcionamiento para Establecimientos Alimenticios, basados en lo requisitos establecidos por el ministerio de Salud (Departamento de Control e Higiene de los Alimentos), dicho trámite debe realizarse a través de una solicitud acompañada de toda la documentación requerida por el establecimiento de salud a las que le compete su ubicación.

El MINSAL no participa de la Mesa de Turismo Rural comunitario.

Cámara Salvadoreña de Turismo (CASATUR)

Es una institución en pro del desarrollo turístico del país, para impulsar, promocionar y fomentar el Turismo. Miembro de la Federación de Cámaras de Turismo de Centro América (FEDECATUR).

Actualmente es coordinadora del Programa de Red de Posadas Rurales de El Salvador, auspiciado por PAIRCA, CENPROMYPE Y GUITES DE FRANCE, con fondos de la Unión Europea y como miembro de FEDECATUR, coordinador regional de este proyecto.

Cuenta con un mapa turístico de El Salvador en el cual aparece el listado de los miembros socios de CASATUR. Además posee la revista institucional TURISMO, como el órgano informativo oficial de la Cámara, la cual tiene por objetivo promover los negocios en el sector turístico, divulgar información

de interés en el medio, abordar temas de la actualidad y proyectar una imagen positiva del país y sus principales atractivos turísticos.

CASATUR no participa de la Mesa de Turismo Rural comunitario.

Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario (MNTRC)

Es un espacio articulador de los actores interesados en el Turismo Rural Comunitario, dotándolos de representatividad y capacidad de incidencia con el fin de impulsar el fortalecimiento y sostenibilidad del sector. (PRISMA 2010) Es decir, es un referente de la actividad en el país, que se encuentra integrada por iniciativas, organizaciones de Gobierno, academia, ONG, proyectos de desarrollo rural y pequeños empresarios que buscan consolidar el sector como alternativa competitiva (PRISMA 2011).



Integrantes de la Mesa



Fuente: PRISMA 2012.

Desde sus inicios en septiembre de 2009, hasta la fecha ha realizado acciones para visibilizar el sector, ha capacitado a las iniciativas en diferentes temas de interés, ha sensibilizado a funcionarios de Gobierno, ha desarrollado propuestas de incorporación del TRC en la institucionalidad del país, así como estudios y promoción de experiencias. Que hasta hoy en día han ido fortaleciendo cada vez más al sector de TRC como impulsor de un turismo sostenible, que busca estimular el elemento socio productivo con la seguridad alimentaria, la conservación del ambiente y con el rescate y promoción de la historia y la cultura de los territorios, pero aun este esfuerzo ha sido insuficiente para establecerla dentro de la oferta turística del país.

En 2012 la Mesa de TRC ha hecho una valoración del trabajo desarrollado hasta el momento, encontrándose las siguientes limitantes, requerimientos y retos a superar, por parte del Sector (PRISMA 2012):

TABLA 1. Requerimientos del Sector de Turismo Rural Comunitario.

Requerimientos	Turismo Rural Comunitario
Desde el Estado	<ol style="list-style-type: none"> 1. Acercar las líneas de apoyo al sector. 2. Institucionalizar apoyos incorporándolos como parte de programas y líneas de intervención. 3. Incluir al sector en los espacios donde se toman las decisiones sobre el rumbo del turismo en el país, para ir superando la ausencia de legislación e institucionalidad para TRC. (Incorporarlo activamente en las políticas y programas donde el turismo es un motor de dinamización del desarrollo). 4. Crear incentivos al sector priorizando la asistencia técnica, el acompañamiento y acceso a líneas de créditos.
Desde los programas y proyectos de cooperación	<ol style="list-style-type: none"> 5. Fortalecer los espacios de trabajo articulado, como lo es la Mesa de TRC y otros. 6. Considerarlos parte de las estrategias de fortalecimiento a la seguridad alimentaria, gobernanza local y al manejo sustentable de los recursos naturales, históricos y culturales. 7. Promover la generación de conocimiento que apoye al sector en alianza con academia y centros de investigación.
Desde las MIPYMES	<ol style="list-style-type: none"> 8. Se requiere un mayor esfuerzo de la organización interna para apostarle decididamente al turismo. <ul style="list-style-type: none"> Formar capacidades para iniciar o fortalecer sus actividades, en la medida de lo posible, dedicar más recurso humano al tema turístico y capacitarlo. Aprovechar el recurso humano joven. En necesario crear mecanismos eficientes para la toma de decisiones. Fortalecer su institucionalidad: Definir roles y atribuciones de las partes para no entrapar procesos. Buscar la calidad en el servicio y la atención al cliente. Aplicar los manuales de buenas prácticas. Crear mecanismos para garantizar el desarrollo sostenible del turismo. Establecer políticas internas para garantizar la inclusión de mujeres y jóvenes en todo el proceso. Crear mecanismos para garantizar que los beneficios se distribuyan equitativamente en la comunidad.

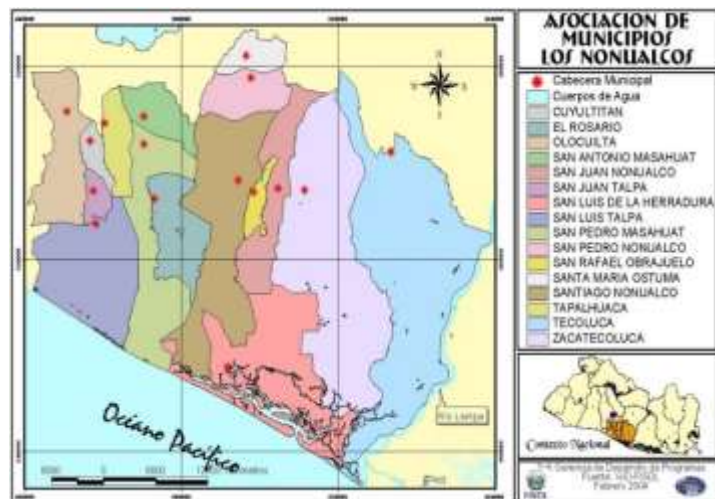
TABLA. Retos a superar por el Sector de Turismo Rural Comunitario.

Retos a Superar
1. El último mapeo indica que no son pocas las experiencias de TRC y base amplia, pese a ello este sector no está visibilizado en los espacios donde se toman las decisiones sobre el desarrollo turístico del país.
2. El sector TRC tiene dificultades para aprovechar mejor sus recursos y esta situación puede derivar en la explotación de los recursos y/o que estos recursos terminen en manos de inversionistas que no vean más allá de la rentabilidad.
3. Este escenario plantea el peligro de cambios en el uso de suelo, generación o acentuación de problemas de exclusión social, que a su vez pueden detonar en conflictos.
4. Propuestas como “El Asocio para el Crecimiento” y FOMILENIO II ofrecen oportunidades para nuevos modelos de turismo: contarán con financiamiento, acompañamiento y voluntad política para ejecutarlos.
5. No institucionalizar la práctica del desarrollo turístico con estándares de sustentabilidad ambiental e inclusión social puede dar lugar al apoyo de proyectos turísticos que comprometan los recursos presentes y futuros del territorio y la delicada gobernanza que existe en países como El Salvador.

2) INSTITUCIONES A NIVEL REGIONAL

Asociación de Municipios Los Nonualcos (ALN)

La Asociación de Municipios Los Nonualcos, se encuentra conformada por 16 municipios tanto del departamento de La Paz, siendo estos: Santa María Ostuma, El Rosario, San Juan Nonualco, San Pedro Masahuat, San Rafael Obrajuelo, Santiago Nonualco, San Pedro Nonualco, San Luis La Herradura, Cuyultitán, Olocuilta, Zacatecoluca, San Luis Talpa, San Juan Talpa, Tapalhuaca y San Antonio Masahuat; como por el departamento de San Vicente, con el municipio de Tecoluca.



Esta región geográfica se caracteriza por el desarrollo de actividades económicas que tienen su propio sello, entre las que se encuentran: la elaboración de muebles de madera, artesanías en diversos materiales como añil, tusa o barro; realización de actividades pesqueras y agropecuarias como el cultivo y la industrialización de frutas o la producción ganadera. Donde dominan los pequeños productores agropecuarios, así como micro y pequeñas empresas. Igualmente en el territorio se localizan medianas y grandes empresas que generan empleo remunerados y son las que dominan ciertos mercados. Las pequeñas iniciativas presentan bajos niveles de productividad y

rentabilidad. Además, en la zona se encuentra ubicado el único aeropuerto comercial de El Salvador, lo que convierte a esta zona en la puerta de entrada para visitantes que provienen del extranjero (ALN, 2011).

Esta Asociación se ha logrado convertir en un modelo asociativo regional, cuenta con el acompañamiento de la Corporación de Municipalidades de la República de El Salvador (COMURES) y de otros organismos de cooperación nacional e internacional, como la Cooperación Técnica Alemana (GIZ) a través de PROMUDE, el Fondo Valencia por la Solidaridad, CECADE, ISD, FUNDE y FUNDAMYPE, entre otros organismos con presencia en la región.

Desde sus comienzos la ALN ha pasado de ser una asociación vinculada por un proyecto clave como reconstrucción y desechos, a una asociación vinculada por una visión estratégica de territorio, de más largo plazo.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS QUE DESARROLLA

- Desarrollo Económico Local.
- Gestión y Planificación Participativa de Territorio.
- Gestión Ambiental y Desechos Sólidos y Gestión de Riesgos.
- Fortalecimiento Institucional.
- Gestión y Cooperación.
- Fortalecimiento de las Capacidades Locales.

PRINCIPALES LOGROS DE LA ASOCIACIÓN

- Plan de Reordenamiento territorial, La Paz
- Lanzamiento de Estrategias de Desarrollo Económico Local
- Establecimiento y Operaciones de la Empresa Intermunicipal Descentralizada de Desechos Sólidos
- Convenio de Cooperación entre La Asociación de los Nonualcos y El Fondo de Valencia y ciudad de Rafaela, Argentina
- Firma de convenio entre MOP-VMVDU y ALN y La Creación de OPLAGEST
- La rehabilitación de la Oficina de la Asociación Los Nonualcos, Santiago Nonualco
- Ejecución del Proyecto de Rehabilitación de Centro de Formación de Jóvenes en Riesgo Social con Fondo de Valencia (España)
- Guía para el Manejo del estero de Jaltepeque

En la actualidad, la Asociación de los Nonualcos se ve como:

- Un Actor Estratégico en el Territorio Motor del Desarrollo.
- Una Herramienta para Enfrentar los Grandes Desafíos que el Desarrollo de la Región Demanda a cada uno de los Municipios y a La Asociación misma.
- Un Instrumento de gobernabilidad y fomento de la Democracia. Al ser resultado del Consenso de gobiernos Locales de Distintos signos Políticos.

Es importante destacar que la ALN le ha apostado al turismo como polo de desarrollo para la Región de los Nonualcos, ya que esta se identifica por tener una variedad de ecosistemas como manglares, bosques nebulosos, bosque de galería y vegetación de playa entre otros. Estas características hacen que exista un alto potencial para el desarrollo de diferentes tipos de turismo: de playa, ecoturismo, turismo rural y turismo cultural. (ALN, 2011)

En la actualidad la ALN ha logrado la identificación de cada municipio con un producto turístico, para que éste sea impulsado y así facilitar la diversificación de la productividad, por medio de la “Estrategia de desarrollo turístico de la región de los Nonualcos”. Esta estrategia de turismo busca avanzar en el posicionamiento del territorio en el mapa turístico nacional, aprovechando el gran potencial existente en la zona costera, zona media y zona alta del territorio, donde la playa, cultura indígena y frutales son los principales recursos con que cuenta el territorio para potenciar rutas y productos turísticos. Se resalta principalmente el potencial de tres rutas turísticas, “Ruta Los Caminos de Anastasio Aquino”, “Ruta Frutos de Los Nonualcos” y “Ruta turística: Aventuras de la Costa”(ADEPRO, 2009), donde la Cultura, gastronomía y artesanías son los ingredientes ideales para estas rutas turísticas, ya que en ellas se recorren los municipios miembros de Los Nonualcos. Por lo tanto al tener seleccionado su atractivo principal cada uno de los municipios, puede elaborar un plan de visitas turísticas, por medio de su Comité de desarrollo turístico en coordinación con la Unidad de Desarrollo Económico Local, de la ALN.

A partir del año 2010, La Asociación de Municipios Los Nonualcos y la Mesa de Turismo de la Región, con el apoyo de la Cooperación Técnica Alemana (GTZ), elaboraron a través de un concurso un mapa Agro turístico de la Región, en el cual se detallan los destinos turísticos más importantes de cada municipio integrante, además se incluyen las distancias entre cada municipio y una guía de contactos de las principales alcaldías y negocios, también hay un listado de recomendaciones para el turista. En la siguiente figura se ve representado

Para el caso del Municipio de Tecoluca, es en la “Ruta turística Aventuras de la costa”, que se han considerado los atractivos turísticos principales de la zona, específicamente en la Unidad Territorial UT-3, del Sur de la Región de Los Nonualcos, municipios de San Luis la Herradura y Tecoluca, que ubica: Islas Tasajera, Colorada y la parte baja del Rio Lempa (La Pita, Isla Montecristo y el Delta del Rio Lempa). (FUNDE, 2010). A su vez se tienen identificados como los principales productos



turísticos dentro del mapa Agro turístico que promueve el ALN: el Área eco turística La Pita, Parque Eco turístico Tehuacán y el Estero de Jaltepeque.

Por el momento, la asociación distribuye a los turistas, en cada alcaldía de los municipios miembros. La asociación ha logrado un acuerdo en el que, todos los comerciantes y artesanos de la zona de Los Nonualcos, vendan sus artesanías a los turistas, los fines de semana.

Asociación de Desarrollo Turístico Empresarial Los Nonualcos

La organización responsable de concretar las acciones planificadas en la Estrategia de desarrollo turístico de la región de los Nonualcos, es ASOTURNONUALCO, entidad conformada por un representante de cada una de las 16 Alcaldías Municipales que integran la Región, por un empresario de cada Municipio y por un representante del Comité de Desarrollo Turístico del municipio. Así como también por los comités turísticos locales de los cuatro municipios: Olocuilta, Santiago Nonualco, San Pedro Nonualco y Santa María Ostuma.

La Asociación de Desarrollo Turístico Empresarial los Nonualcos (ASOTUR NONUALCOS), nace con la idea de trabajar en distintas áreas de turismo para el desarrollo económico local de la población de la Región Los Nonualcos, apoyando al desarrollo empresarial de la zona, fortaleciendo grupos, empresas, asociaciones y a la misma población para un desarrollo orientado en el tema del turismo.

MISIÓN: La integración y participación de los 15 Municipios de La Paz; y Tecoluca, de San Vicente, que integran la Micro Región Los Nonualcos; con todos sus productos culturales, turísticos y artesanales.

VISIÓN: Llegar a ser una Región organizada y coordinada, para el posicionamiento de nuestra marca “Los Nonualcos” a nivel local, regional, nacional e internacional; todo bajo proceso.

OBJETIVO: Que los alcaldes de cada uno de los municipios que integran la Micro Región se involucren en el tema turístico definiéndolo como una línea de desarrollo económico primordial.

La asociación ha recibido apoyo por parte de la Cooperación Alemana GIZ, la cual desde hace 30 años se encuentra en nuestro país colaborando y asesorando al gobierno central en temas de Desarrollo Económico Sostenible y Descentralización y desarrollo local. En la región de La Paz, se encuentra con una visión de desarrollo regional integral. Todas las intervenciones parten de un esfuerzo común de hacer participar a la población en la planificación y ejecución de proyectos, de hacer mayor énfasis en los intereses de mujeres y jóvenes, y de anclar en ellas de la mejor forma la protección del medio ambiente.

En cuanto al turismo, GTZ ha apoyado a la Micro Región con consultorías, fortaleciendo comités de apoyo turístico en todos los Municipios, haciendo sus propias actividades que son gestionadas junto a ASOTUR NONUALCOS y el Ministerio de Turismo.

ASOTUR NONUALCOS también recibe apoyo de FUNDE (Fundación Nacional para el Desarrollo). La cual se ha enfocado en el desarrollo territorial, en alianza con las Alcaldías Municipales y organizaciones de productores y productoras, de jóvenes, de mujeres y organismos de cooperación.

FUNDE ha apoyado en la puesta en marcha del Consejo de Desarrollo Económico Los Nonualcos (CODENOL), como un espacio de coordinación y concertación público-privada para promover el desarrollo económico local de la Región. Así mismo se ha facilitado la elaboración de una plataforma política de la Concertación de Mujeres de Los Nonualcos. Además de proyectos de Gestión Ambiental.

Por parte de la Asociación de Desarrollo Turístico Empresarial los Nonualcos, ha realizado esfuerzos para crear Comités de Desarrollo en cada Alcaldía, siendo hasta el año 2011 cuando han sido concretados, aún con debilidades y ciertas negatividades de parte de algunas Municipalidades.

Mesa de Turismo de la Región de los Nonualcos

Es una de las tres Mesas Temáticas (Mesa de Pesca, Mesa de Turismo y Mesa de Empleo) que son parte de la estrategia de creación y consolidación de espacios de coordinación y concertación público-privada dentro del fomento del DEL (Desarrollo Económico Local en la región Los Nonualcos) que coordina el Consejo de Desarrollo Económico Los Nonualcos (CODENOL)²¹.

Es una instancia constituida por diferentes actores²², en la que participan actores públicos y privados, gobiernos locales, representantes de grupos empresariales, ONG's con presencia en la zona, comerciantes y otros interesados en apoyar el desarrollo del turismo en la zona, se define como un eje capaz de generar empleo e ingresos a nivel local, convirtiéndose en un ente referente y coordinador de los actores locales que participan en el proceso de desarrollo turístico en la Región Los Nonualcos, asimismo como una forma de lograr representatividad y posicionamiento en el tema de turismo ante el sector público y privado.

Visualización de la Mesa de Turismo Los Nonualcos

- a) Un medio para promover los atractivos turísticos de la región.
 - Para dar conocer los municipios.
 - Para desarrollar turismo.
 - Como un guía para las actividades de la región.
- b) Como un ente coordinador de planes e iniciativas vinculadas al turismo en la región.
 - Instrumento legal para el desarrollo del turismo en la región.
 - Ente coordinador para definir estrategias (planes estratégicos) organizativas
 - Referente de las iniciativas económicas del municipio.
 - Motor de desarrollo del tema turístico.

²¹ El CODENOL es un espacio de iniciativas de coordinación y concertación público-privadas para promover el desarrollo económico local de la Región Los Nonualcos bajo una visión común y utilizando la estrategia DEL ampliamente consensuada.

²² Cada Municipio nombra dos representantes (uno del sector privado y uno del sector público) en la Mesa de Turismo de estos se elegirá la Junta Directiva conformada por 9 miembros: Un Presidente, Un Vice-Presidente, Un Secretario, Un Tesorero, Un Fiscal General y cuatro Vocales.

- c) Como una forma de lograr representatividad y posicionamiento en el tema de turismo ante el sector público y privado.
 - Ente que nos representa ante el sector público y privado.
 - Instancia para hacer uso más eficiente de los recursos y lograr sinergias.

Fuente: Giz, 2010

Desde mayo 2003, funciona esencialmente para orientar, planificar y coordinar estrategias, asegurando su integridad y de está manera generando sinergias de trabajo; organiza y gestionar recursos, incidir en políticas locales y nacionales, trabajar en conjunto con otras instituciones y empresas para lograr constituir un espacio de trabajo atractivo, seguro, ordenado y amigable con el medio ambiente que permita fortalecer el desarrollo del sector turismo, como un medio que mejora las economías locales y genera puestos de trabajo.

Funciones de la Mesa de Turismo Los Nonualcos

Promoción de la inversión.

- Promover la inversión de empresarios
- Asesorar en la implementación de proyectos turísticos en la región.
- Gestionar cooperación técnica y financiera.
- Coordinar las iniciativas económicas de la región en el tema de turismo.

Promoción turística de la región.

- Identificar lugares turísticos de la región y promoverlos (inventario de sitios turísticos).

Desarrollo de capacidades.

- Fortalecimiento de capacidades locales en el tema de turismo:
 - Capacitación a empresarios/as según requerimientos.
 - Capacitación e información a guías turísticos.

Representatividad y Coordinación.

- Representar la región en el tema turismo a nivel nacional y ante el gobierno central.
- Facilitar la coordinación entre el sector público y privado
- Coordinar el trabajo de los comité de turismo municipales.

Asesoría a gobiernos locales.

- Apoyar a las municipalidades en la creación de ordenanzas que facilitan el turismo.
- Apoyar el desarrollo económico local de cada municipio.
- Garantizar la presencia del tema turismo en las agendas municipales.
- Incidir en políticas municipales a favor de promover el turismo.

Monitoreo del desarrollo turístico.

- Dar seguimiento a acuerdos con involucrados.
- Monitorear el desarrollo turístico de la región.

Garantizar participación con equidad e inclusión.

- Desarrollar turismo con jóvenes.
- Promover la participación con equidad de género.

Fuente: Giz, 2010

Desde sus inicios la Región se ha visualizado con potencial de desarrollo de destino turístico, capaz de atraer visitantes nacionales, regionales e internacionales dada la variedad de recursos naturales, paisajísticos, históricos culturales y otros que se han identificado. Las modalidades de turismo que se desarrollan son: Agroturismo y agroindustria, ecoturismo y turismo de aventura, turismo histórico y de guerra, turismo cultural y gastronómico, turismo de playa.

La mesa de turismo cuenta con un Plan Estratégico 2004-2014, para cuya operativización se elaboran y ejecutan planes de trabajo anuales a través de comisiones de trabajo convocadas según el proyecto a ejecutar y el interés de los participantes. Los principales ejes estratégicos que establece son:

- Promoción de incentivos para el desarrollo del turismo.
- Consolidación de la Mesa de turismo como referente que apoye el desarrollo de la actividad turística en la Región.
- Formulación de planes de desarrollo turístico a nivel municipal y regional como forma de fomentar el desarrollo sostenible.
- Apoyar la identificación de iniciativas turísticas a través del desarrollo de procesos participativos.
- Promoción de una oferta turística con estándares de calidad.
- Desarrollo de capacidades a nivel local y regional.

Los programas impulsados en servicios turísticos hasta el momento han sido los siguientes:

1. Desarrollo de nuevos productos y servicios innovadores bajo estándares de calidad reconocidos con el enfoque de cadenas de valor
2. Asociatividad turística y encadenamiento con otros sectores económicos.
3. Desarrollo y promoción de rutas turísticas en la región, bajo el concepto de turismo sostenible de playa, cultura y montaña y gastronomía.
4. Promoción de los productos y destinos turísticos de la región, en el mercado nacional, de Centroamérica e internacional.

Los principales proyectos concretados por la Mesa turística son: elaboración del mapa turístico de la región de Los Nonualcos, ferias turísticas, capacitación a guías turísticos, pasantías de los distintos miembros, conformación de circuitos turísticos y la integración del proyecto para eco albergues de la iniciativa Centroamérica Verde. Uno de los principales retos, todavía pendiente es la gestión de fondos de inversión para ejecutar los proyectos privados y públicos, se atribuye la falta de avance a este aspecto, dado que la mesa no tiene personería jurídica que ampare la legalidad en los procesos de administración de los fondos.

Retos a superar:



Una de las dificultades que ha presentado la Mesa de Turismo de Los Nonualcos en los últimos años es la deficiente estructura de la junta directiva, que se ha visto afectada por los cambios políticos en los diferentes Gobiernos locales, ya que muchas de las personas que deberían dar seguimiento a la gestión, pertenecían a Alcaldías que perdieron continuidad en el poder, por ende reiteradamente se procede, a conformarla cada vez que hay elecciones Municipales, asimismo se pasa por un período de transición largo antes de comenzar a ver el trabajo, actualmente se encuentra en esa fase; otra desventaja que abona a la problemática es que la mayoría de las alcaldías en las que no existido cambio de gobierno, como el caso de Tecoluca, la Alcaldía cambia de cargo a la persona

designada, de manera que nuevamente se debe partir de cero con la persona que se incorpora. Todo esto ha obstaculizado la dinamización de la mesa y lograr una mayor eficiencia en la ejecución del PEA y POAS.

En la Actualidad por el Municipio de Tecoluca se tiene la vice-presidencia de la Mesa de turismo de la Región, a través de Teresa Pérez, representante de la Alcaldía Municipal de Tecoluca quien hasta este año fungió como Técnico de Desarrollo económico, en la actualidad es Administradora del Parque Eco turístico Tehuacán.


b. ENTORNO POLITICO

En esta parte se presentan el conjunto de políticas institucionales de apoyo al turismo en general, vigentes en la actualidad y de acceso a las diferentes modalidades del sector. Asimismo en este apartado conoceremos la situación actual del Turismo rural Comunitario, respecto a estas herramientas.

INSTITUCIÓN	BENEFICIOS QUE PROMUEVE	REQUISITOS	TRC
<p>MITUR/ CORSATUR</p>	<p>Fomentar acciones para la puesta en valor turístico de la identidad, costumbres y valores autóctonos de cada municipio.</p>	<p>Para la inscripción, cada municipio deberá presentar una nota emitida por el Alcalde o Alcaldesa y dirigida al Señor Ministro de Turismo (en su calidad de Director Presidente de CORSATUR); anexando:</p>	<p>Participación del 80% de los municipios que contienen iniciativas de Turismo rural comunitario. A nivel de país 167 municipios participaron en 2011, 59 más que en 2010.</p>
<p>POLITICA No.1</p> <p>Estrategia de Pueblos vivos</p>	<p>Promover acciones encaminadas a la mejora de la imagen del municipio, presentando su oferta turística de forma innovadora, competitiva y sostenible.</p> <p>Integración de las Municipalidades, Comités de Desarrollo Turístico, Organizaciones sin Fines de Lucro, entre otros.</p> <p>Articular la oferta nacional de productos y servicios turísticos por segmentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sol y Playa - Legado Maya y Arqueológico - Histórico-Cultural - Naturaleza y Aventura <p>Incentivar a través de diversos premios (Estación Turística, Reportaje de Televisión, City Tour para su municipio, etc) los cuales se coordinarán en asistencias técnicas para identificar los recursos turísticos a promocionar en cada municipio, de acuerdo al premio otorgado</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. El interés por participar en este evento. 2. Que el municipio cuenta con un Comité de Desarrollo Turístico (CDT)* o Asociación de Desarrollo Turístico. 3. Nombramiento de dos personas (una del CDT y otra de la Alcaldía) como enlace entre el municipio y CORSATUR. <p>*CORSATUR dará la asesoría necesaria para conformarlo sí el municipio no cuenta con este requisito.</p>	<p>En la reciente Feria de Pueblos vivos, se proporcionó un pequeño espacio para promocionar el Turismo rural Comunitario.</p>  

POLITICA No.2	BENEFICIOS QUE PROMUEVE	REQUISITOS	TRC
Programas de Formación de capacidades	<p><u>Programa de formación de guías turísticos:</u> Capacitar a guías turísticos locales por medio de un programa de 10 módulos para fomentar la competitividad de los prestadores de servicio, en los temas: Animación Turística, Primeros Auxilios, Patrimonio Cultural, Geografía de El Salvador, Medio Ambiente, Gastronomía, Historia de El Salvador, Atractivos y Recursos, Conducción de Grupos y Ética Profesional.</p>	Por convocatoria en zonas identificadas como prioritarias por la Gerencia Territorial. (grupos meta de diferentes zonas del país)	Algunas de las iniciativas que participan de la MTRC ya cuentan con recurso humano capacitado. En el municipio de Tecoluca se cuenta con 4 Guías Turísticos.
	<p><u>Programa para la implementación de buenas prácticas de calidad para el desarrollo de las MIPYMES turísticas.</u> Implementar buenas prácticas de calidad para el desarrollo de las MIPYMES turística consistente en fases aplicadas a empresas de alojamiento, alimentación, artesanías y operadores de turismo.</p>	Por convocatoria en zonas identificadas como prioritarias por la Gerencia Territorial. (grupos meta de diferentes zonas del país)	Algunas de las iniciativas que participan de la MTRC ya cuentan con recurso humano capacitado. En el municipio de Tecoluca se cuenta con 8 jóvenes capacitados en Tour operadores.
	<p><u>Planes de Negocios MIPYMES turísticas</u> Capacitar a las MIPYMES turísticas en la formulación e implementación de un Plan de Negocios, tomando en consideración estudios de operaciones, estudios de mercado, administración, análisis financieros y permita validar la creación de una nueva empresa o la expansión de una ya existente.</p>	Por convocatoria en zonas identificadas como prioritarias por la Gerencia Territorial. (grupos meta de diferentes zonas del país)	Algunas de las iniciativas que participan de la MTRC ya cuentan con recurso humano capacitado.



POLITICA No.3	BENEFICIOS QUE PROMUEVE	REQUISITOS	TRC
<p>Ley de Turismo/ Reglamento General de la Ley de turismo</p>	<p>Es una herramienta legal para incentivar la inversión. Mediante el acceso a la Calificación de proyectos de interés turístico nacional, se favorece de manera especial y directa a las micro, pequeñas, medianas y desde luego a las grandes empresas que deseen o están invirtiendo en turismo, disfrutando de los incentivos fiscales que contempla el Art. 36 de la Ley de Turismo.</p>	<p>Las empresas deberán de cumplir con alguna de las siguientes exigencias, para poder ser declarados “Proyectos de Interés Turístico Nacional”, y en consecuencia gozar de los incentivos fiscales son los siguientes:</p> <p>INVERSIONES MAYORES A US\$25,000.00 Y MENORES A US\$50,000.00</p> <p>INVERSIONES MAYORES A US\$50,000.00</p> 	<p>Por el momento las iniciativas de TRC se encuentran excluidas, dado que uno se los requerimientos inmerso dentro del proceso establece, que deben formar parte del Registro Nacional de Turismo, como empresas legalmente establecidas (es obligación básica presentar “escritura pública de constitución de la sociedad debidamente inscrita en el registro de comercio”).</p> <p>Este es un requisito muy restrictivo porque ADESCOS y Cooperativas (mayoría que conforman la modalidad de TRC) no entran en esta categoría, por lo tanto no pueden aplicar a ser parte del registro.</p> <p>En agosto de este año la MTRC se ha comprometido a profundizar en el tema y analizar las diversas opciones que se tendrían para solucionar.</p>

INSTITUCIÓN	BENEFICIOS QUE PROMUEVE	REQUISITOS	TRC
<p>OSN (Organismo Salvadoreño de Normalización)</p> <p>POLITICA</p> <p>Normas de Calidad Turística</p>	<p>Compendio de Normas para el mejorar la calidad del servicio turístico, potenciar la presencia, imagen y participación en los mercados de las empresas turísticas, de manera que se eleve la competitividad en el rendimiento empresarial. Sectores con Norma Técnica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Restaurantes • Turismo de aventura • Operadores de Turismo • Guías de Turismo • Sostenibilidad Turística • Hoteles • Artesanías 	<p>Tipo de requisitos definidos en las normas del sector turismo:</p> <p>Requisitos de infraestructura</p> <p>Requisitos de prestación del servicio</p> <p>Requisitos de seguridad</p> <p>Requisitos de inocuidad</p> <p>Requisitos de desempeño del RRHH</p> <p>En marzo de 2012, se lanzó la “Recopilación de Normas de Calidad Turística Salvadoreña y Buenas Prácticas de Centroamérica”, con apoyo de MITUR se difundieron al sector privado de las MIPYMES.</p>	<p>Se espera que para finales de 2012 y principios de 2013, se definan las Normas técnicas sobre Posadas Rurales, actualmente Tour Rural ES, representa al sector de TRC en Comité Técnico de Normalización que discute la norma.</p>
<p>BANDESAL /CORSATUR/ MITUR,</p> <p>POLITICA</p> <p>CREDITUR/LINEA DE FOMENTO AL TURISMO</p>	<p>Línea de financiamiento otorgada a las MIPYMES turísticas, creada por el Gobierno, impulsada por el BFA, pasando a manos en la actualidad de BANDESAL (en la Línea de Fomento al turismo), en el cual se ofrece financiamiento sin marcar diferencia en las actividades turísticas que desarrollan y segmentos del mercado que representan.</p>	<p>Personas naturales o jurídicas bien calificadas por el sistema financiero.</p> <p>CONDICIONES FINANCIERAS:</p> <p>Adquisición de inmuebles, construcción, modernización, remodelación o ampliación de infraestructura turística. Ejemplos: restaurantes, hoteles, entre otros.</p> <p>Adquisición de activos fijos tales como mobiliario y equipo, software, transporte</p> <p>Para turistas, entre otros. Capacitación de personal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programas de formación. • Estudios de mercado o especialización. • Contratación de expertos o consultores 	<p>En proceso de aplicación.</p>

INSTITUCIÓN	BENEFICIOS QUE PROMUEVE	REQUISITOS	TRC
MINEC	Fondo financiero que otorga líneas de cofinanciamiento parcial no reembolsable a la MIPYME, de manera que puede proporcionar un aporte financiero parcial para que los empresarios desarrollen su iniciativa, mejoren su competitividad y generando a su vez impacto económico al interior de las empresas, siempre que el aporte restante de inversión lo llevan a cabo ellas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aplicar como persona natural o jurídica 2. Ser una empresa salvadoreña 3. Con ventas brutas anuales hasta por US\$7millones 4. Dedicadas a la producción y comercialización de bienes/servicios salvadoreños 5. Ubicadas en cualquier parte del territorio salvadoreño 6. Operar de conformidad con lo establecido en el Código de Comercio* 7. Contar con información financiera actualizada, es decir, Estados Financieros auditados de los últimos dos años. 8. Centros de emprendimiento, laboratorios y centros de servicios privados para la innovación y la calidad 	En proceso de aplicación.
POLITICA			
Fondo de Desarrollo Productivo (FONDEPRO)			

Fuente: elaboración propia

c. ENTORNO ECONÓMICO

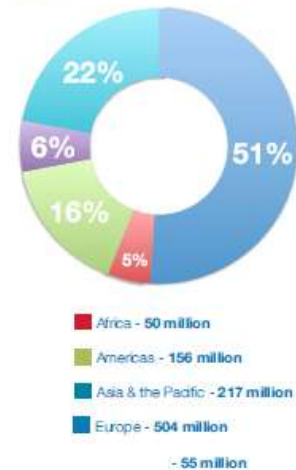
1) El Contexto Económico del Sector Turismo a nivel Mundial



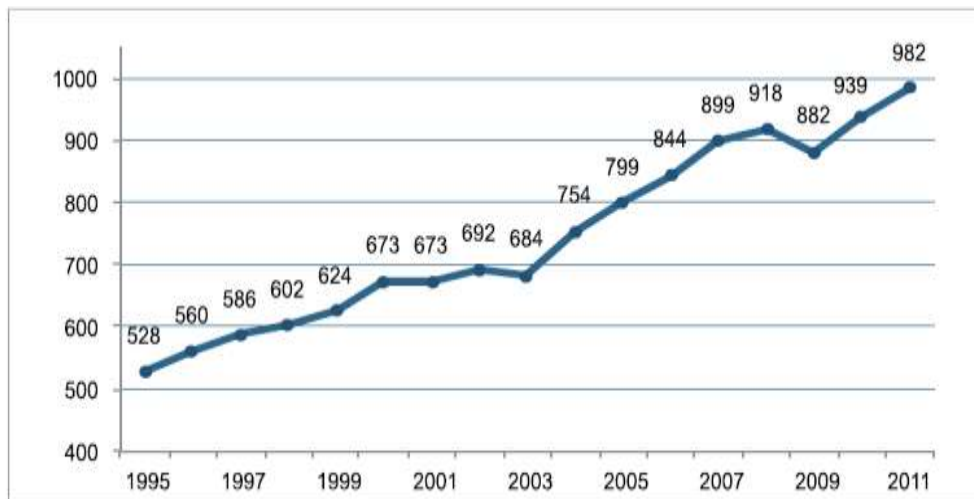
La Organización Mundial del Turismo (OMT) destaca el papel del sector como motor de crecimiento económico de las naciones, especialmente de los países en vías de desarrollo. Asimismo, destaca el turismo genera uno de cada diez empleos existentes a nivel mundial. (OMT 2012)

En definitiva el turismo internacional se recuperó fuertemente en 2011 según lo indica el Barómetro del Turismo Mundial de la OMT. Las llegadas de turistas internacionales crecieron un 4,4 % en 2011 hasta alcanzar un total de 982 millones –frente a los 939 millones alcanzados en 2010–en todo el mundo (Figuras). Se espera que el crecimiento se mantenga en 2012, aunque a un ritmo ligeramente inferior, de manera que las llegadas de turistas internacionales llevan camino de alcanzar el hito de los mil millones durante este año. (OMT 2012).

International Tourist Arrivals 2011



World: Inbound Tourism
International Tourist Arrivals



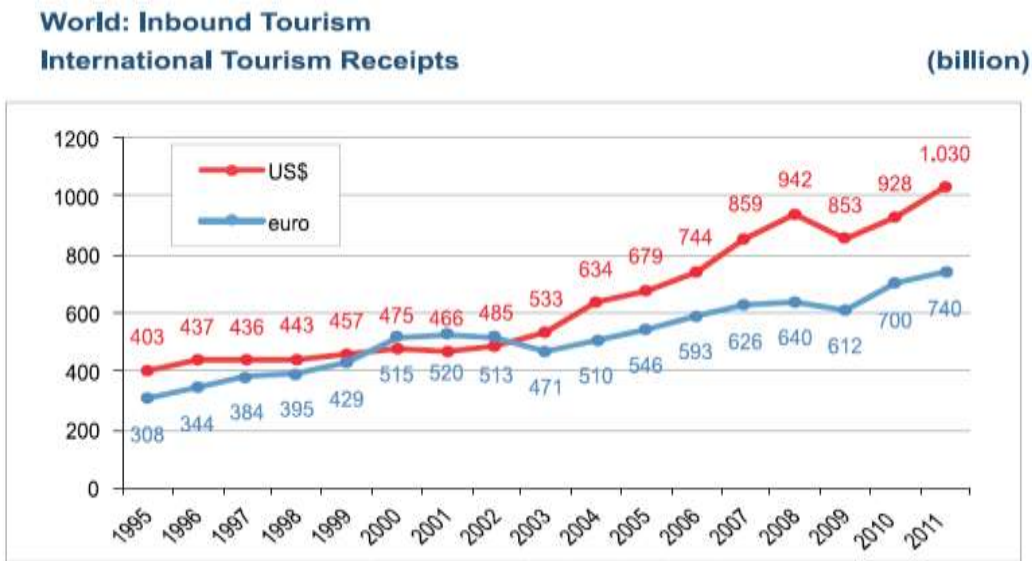
(million)

Figura No.

Fuente: OMT, 2012

Según la OMT2012, calcula que los ingresos mundiales por turismo internacional en el 2011 han sido de 1,03 billones de dólares de los EE.UU, un aumento con respecto a los 928.000 millones de dólares de 2010 (+3,9% en términos reales), lo cual representa un nuevo record en la mayoría de los destinos, a pesar de las dificultades económicas de numerosos mercados emisores (ver figura).

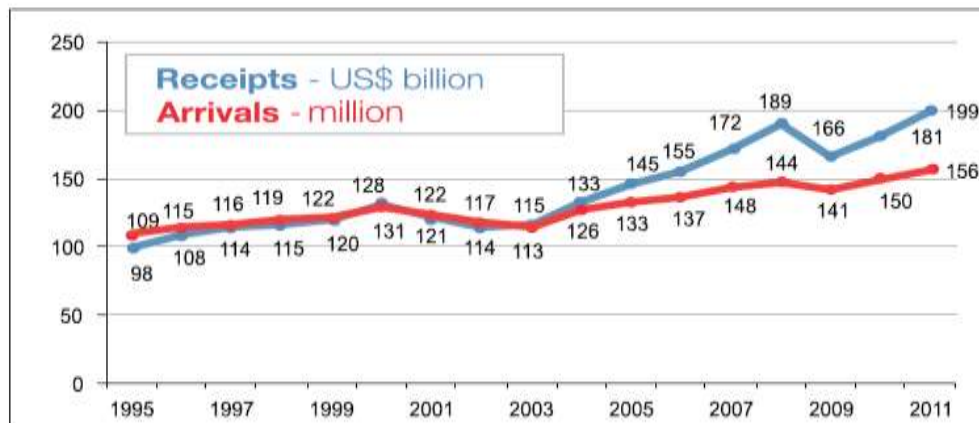
Figura No.



Fuente: OMT, 2012

Según la OMT 2012, los resultados obtenidos en la región de las Américas (+4%) se registraron un incremento de 6 millones de llegadas, alcanzándose un total de 157 millones en 2011. Las Américas registraron el mayor crecimiento en ingresos por turismo internacional de todas las regiones, con un incremento del 5,7% en términos reales. En valores absolutos, los ingresos por turismo aumentaron en 18.000 millones de dólares de los EE.UU. hasta los 199.000 millones. (Ver figura) Figura No.

Américas: Inbound Tourism International Tourist Arrivals & Tourism Receipts



Fuente: OMT, 2012

En 2011, América Central y el Caribe, mostraron fuertes tasas de crecimiento de llegadas de turistas con un 5% y 4% respectivamente, superando C.A a la media de América (4%), donde ha sido Panamá (+11%) el país con los mejores resultados. Todos los destinos de la subregión registraron

crecimiento, quedando los resultados de Belice, Costa Rica, Honduras y Nicaragua cerca de la media subregional. (OMT 2012).

2) Las Actividades Turísticas en el PIB (El Salvador)

Cuando se examina el peso de las actividades turísticas regularmente se recurre al uso de indicadores, es por ello que el indicador que frecuentemente es utilizado para medir el aporte que ofrece el sector turístico a la economía nacional es el coeficiente turístico IT/PIB que sirve para observar la participación de los ingresos turísticos con respecto al PIB.

Según estimaciones realizadas por CORSATUR, los gastos realizados por los turistas y excursionistas, que visitaron los diferentes destinos turísticos salvadoreños reportaron un coeficiente turístico del PIB del 2,9% en el 2011.

CUADRO 1. Coeficiente turístico en el PIB.

AÑO	PIB (US \$ Millones)	TURISMO (US \$ Millones)	IT/ PIB %
2009	20,661.0	516.6	2.5
2010	21,214.7	518.0	2.4
2011	21,469.3	615.1	2.9

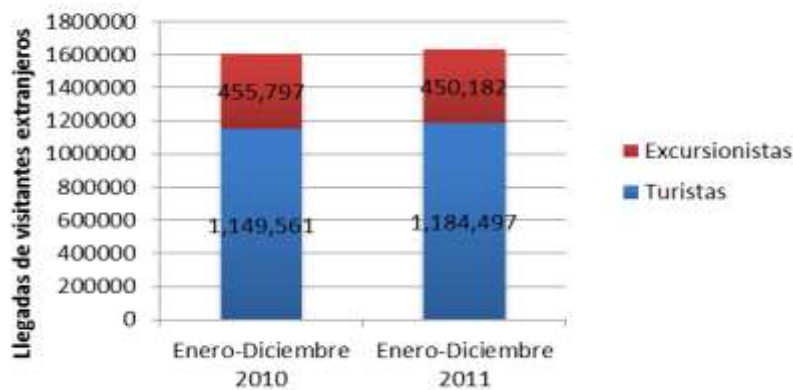
Fuente: CORSATUR / BCR datos preliminares



Gasto Turístico Y Perfil Del Visitante.

Las llegadas de visitantes internacionales a El Salvador correspondientes al acumulado a Diciembre de 2011, alcanzan los 1, 634,679 visitantes, cifra que refleja un crecimiento del 1.8%, equivalente a 29,321 personas más que el mismo período del año anterior. (CORSATUR 2012).

Grafico 1: Visitantes internacionales 2010-2011



Los ingresos generados por el turismo en el 2011 ascendieron a \$615.15 millones de dólares, un aumento del 18.7% con respecto a los \$518.06 del 2010. En el cuadro se observa la participación por clasificación del visitante, en donde el salvadoreño residente en el exterior aporta un 35% del gasto total y el extranjero un 62%, el resto lo aporta el excursionista o visitante del día.

CUADRO 2. Participación en los ingresos por clasificación del visitante.

Cuadro 3, Ingresos por turismo (US\$)	Enero –Diciembre		%	%
	2010	2011	Variación	Participación
Nacionalidad salvadoreña residente en el exterior	\$190.65	\$218.28	14.5%	35%
Extranjeros no residentes	\$308.76	\$378.88	22.7%	62%
Excursionista	\$18.62	\$17.99	-3.4%	3%
Total	\$518.03	\$615.15	18.7%	100,0%

Fuente: CORSATUR

Según las últimas encuestas de CORSATUR del año 2011, el nivel de gasto promedio de los turistas que visitan el país fue de \$94.1 y su estadía promedio de 5.4 noches, en el caso de los visitantes de un solo día, el gasto promedio fue de \$40.2.

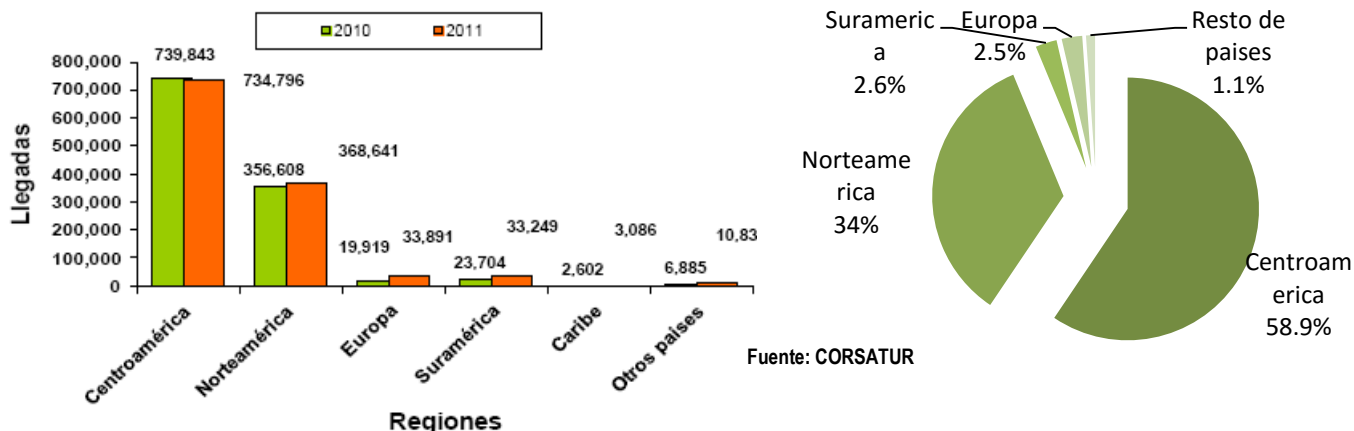
CUADRO 3. Estadía promedio y gasto por persona por clasificación del visitante.

Aspectos	Promedio 2009	Promedio 2010	Promedio 2011 1/
Turista salvadoreño residente en el exterior			
Estadía Media (noches)	11.1	10.9	10.0
Gasto por Persona y día (en US\$)	92.0	87.8	106.4
Turista extranjero			
Estadía Media (noches)	5.0	4.6	4.4
Gasto por Persona y día (en US\$)	68.8	73.5	89.1
Total Turista			
Estadía Media (noches)	6.2	5.8	5.4
Gasto por Persona y día (en US\$)	77.1	78.5	94.1
Excursionista			
Estadía Media (noches)	0.0	0.0	0.0
Gasto por Persona y día (en US\$)	33.5	41.0	40.2

1/Preliminar Fuente: CORSATUR

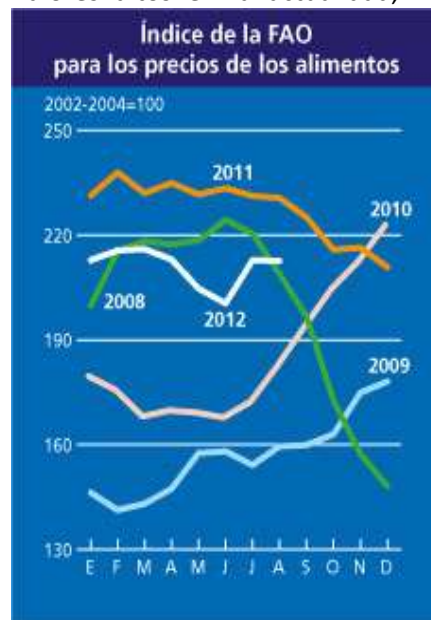
Para el cierre de 2011 las llegadas de turistas por principales regiones de residencia, se ve encabezada por Centroamérica con el 58.9% quien genera el mayor volumen de turistas que ingresan al país (734,796 personas), indicando que es uno de los principales mercados; le sigue Norteamérica con el 34%; Suramérica y Europa aportan el 2.6% y el 2.5% respectivamente, el 1.1% lo proporcionan el resto de países. (CORSATUR 2012).

Grafico Llegada de Turistas por principales regiones de residencia 2011



3) La Canasta Básica.

Los precios de los bienes básicos en El Salvador, mantienen valores altos en la actualidad, especialmente los alimentos y servicios básicos, condición nada alejada de la situación alimentaria mundial (Índice de la FAO para los precios de los alimentos²³). Si bien es cierto en el país, el precio de la Canasta Básica Alimentaria de mayo de 2012 llegó a \$174.55 en el área urbana y a \$134.50 en la rural (Fuente: DIGESTYC, CANASTA BASICA ALIMENTARIA URBANA-RURAL Mayo 2012), son valores que no reflejan un incremento respecto al mismo mes del año 2011, sino todo lo contrario una reducción aproximada de \$7.0 y \$5.0 respectivamente; pero si se revisa los promedios anuales 2010-2011, se evidencia un encarecimiento de los alimentos de 9% para el área urbana y del 22% para el sector rural. Por tanto aunque se tengan valores favorecedores en lo que va del año, la crisis actual de alimentos que sufre el mundo entero, debido a la afectación de las cosechas por las sequias en los países productores, estará repercutiendo en el alza de precios de los alimentos básicos que se importan en nuestro país, por tanto se espera se cierre el año con valores altos de CBA, siendo el área rural la más vulnerable para cubrirla.



A nivel mundial se puede observar esta situación, en el Índice de la FAO para los precios de los alimentos, que se situó en agosto de 2012 en un promedio de 213 puntos, sin cambios desde el mes anterior, donde se subió súbitamente en un 6%, a causa del alza del maíz en Estados Unidos. Pese a seguir siendo elevado, el valor del índice se encuentra 25 puntos por debajo de la cota máxima (238

²³ El índice de la FAO para los precios de los alimentos es una medida de la variación mensual de los precios internacionales de una canasta de productos alimenticios. Consiste en el promedio de los índices de precios de cinco grupos de productos básicos (que representan 55 cotizaciones), ponderado con las cuotas medias de exportación de cada uno de los grupos.

puntos) alcanzada en febrero de 2011 y es 18 puntos inferior al valor registrado en agosto del año pasado (FAO, 2012).

4) Salarios en El Salvador

Según datos del Consejo de Salario Mínimo, del Ministerio de Trabajo y Previsión social, las tarifas de salario mínimo vigentes en el país a partir del 16 de mayo de 2011, son:

SECTOR	MAYO 2011	
	DIARIOS	MENSUAL
Comercio y Servicios	\$7.47	\$224.21
Industria	\$7.31	\$219.35
Maquila Textil y Confección	\$6.25	\$187.60
Sector Agropecuario	\$3.50	\$104.98
Recolector de Café	\$3.82	\$114.70
Recolectores de Azúcar	\$3.24	\$97.20
Recolectores de Algodón	\$2.92	\$87.48
Beneficios de Café	\$5.07	\$151.96
Beneficios de Algodón e Ingenio de Caña de Azúcar	\$3.68	\$110.48

CUADRO 4. Salarios mínimos en El Salvador.

Haciendo un análisis de esta información, se evidencian fuertes asimetrías en los salarios en los diversos sectores, el menor de todos corresponde al salario agrícola. De manera que no es casual, por lo tanto, que los mayores niveles de pobreza en el país correspondan al segmento de trabajadores asalariados agrícolas. Según la EHPM de 2009 (MINEC y DIGESTYC, 2010), el 58% de las personas que trabajan en dicho sector se encuentran en pobreza, frente al 34% en el sector construcción, 31% en la industria manufacturera y 26% en el sector de comercio, hoteles y restaurantes. (PNUD 2010).

Es importante resaltar que históricamente el sector agropecuario ha sido una fuente importante de generación de empleo, y en la actualidad todavía absorbe al 20% de la población empleada en el país, pero ahora el salario mínimo agrícola ha perdido más del 25% de su poder adquisitivo y los salarios mínimos en el comercio, la industria y los servicios más del 10%. Este deterioro se agudizó especialmente entre 2007 y 2008, en el marco de la fuerte subida experimentada por el precio del petróleo y de los alimentos (PNUD 2010)

5) Inflación del país.

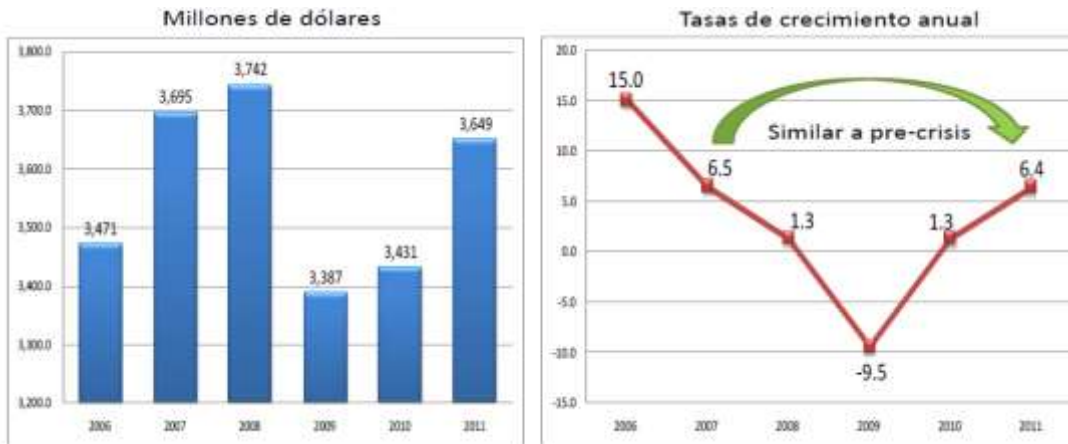
El país cerró el año 2011 con una inflación de 5.1%, la segunda menor tasa de Centroamérica (BCR, 2012). Hasta 2010, dentro de la región El Salvador era el país con menor tasa de inflación, tendencia que mantenía desde el año 2001, en el que se dolarizó la economía (ver figura). Un factor que influyó notablemente para que El Salvador no cumpliera la meta contemplada con el Fondo Monetario Internacional (FMI) de tener una inflación de 4.5% para 2011, fue la tendencia de los incrementos en los precios internacionales, situación que se venía previendo por el BID quien advirtió que el aumento en el precio de los combustibles y los alimentos tendería a dispararla.



Es necesario hacer notar que el impacto directo de esta variable, recae en sectores vulnerables, por lo que muchas veces se hace referencia a “la inflación de los pobres”, porque se basa en gran parte en el incremento de los precios de los alimentos, que perjudica mayormente a las familias de escasos recursos económicos (BM 2009).

6) Remesas Familiares

Las remesas mostraron una mejora en su crecimiento a finales de 2011, con un aumento de 10.5% en términos anuales en relación a igual período del 2010. En el primer trimestre de este año el país recibió \$364,06 millones por concepto de remesas, cifra 8.5% superior que la registrada en el mismo periodo del año 2011 (BCR 2012). Las remesas son un ingreso importante para la economía salvadoreña, puesto que en el año 2011 estos se mantuvieron en alrededor del 16% del PIB, sin embargo este porcentaje aún es reducido en comparación del máximo de 18.7% que fue alcanzado en el año 2006, para finales de 2012 el BCR espera que crezcan a una tasa proyectada de 7.0%, todo ello evidencia el valor que tienen las migraciones para el país.



Fuente: BCR

d. ENTORNO SOCIAL

La relación que se da entre turismo y sociedad, se evidencia en los beneficios mutuos, ya que el turismo contribuye a que existan espacios para el sano esparcimiento de la sociedad y esta a su vez brinda los recursos económicos y humanos que hacen posible el funcionamiento de la actividad turística del país.

1) Impactos Socioculturales de La Actividad Turística.

Teniendo en cuenta que el turismo es una actividad en donde se generan intercambios culturales y sociales, entre los pobladores y los turistas, es inevitable que se generen impactos derivados de dicha relación. Por ello en el presente trabajo aceptaremos la definición de la OMT (1998), según la cual los impactos socioculturales del turismo son el resultado directo de las relaciones sociales que se establecen entre los residentes y los visitantes directamente o por la mera observación de estos últimos (efecto demostración), es obvio que la intensidad y la forma del impacto variará en función del tipo de visitantes atraídos, de las diferencias socioculturales, del grado de adaptación, etc., que pueden variar notablemente en el tiempo, desde la configuración de un destino emergente a su consolidación como destino maduro.

En el cuadro siguiente se recogen los impactos socioculturales del turismo en la sociedad receptora, según la OMT (1998), y resumidos por Saste et al. (2002):

Cuadro Resumen de los impactos socioculturales del turismo

FACTORES ASOCIADOS CON EL TURISMO	IMPACTOS POSITIVOS	IMPACTOS NEGATIVOS
<ol style="list-style-type: none"> 1) El uso de la cultura como atracción turística 2) Contactos directos entre turistas y residentes 3) Cambios en la estructura económica y en los roles sociales 4) Desarrollo de las infraestructuras 5) Aumento de la población de turistas 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Revitalización de las artes tradicionales, festivales y lenguas 2) Incremento de las culturas tradicionales 3) Ruptura de los estereotipos negativos. 4) Aumento de las oportunidades sociales 5) Mayores oportunidades económico-sociales 6) Disminución de las desigualdades sociales 7) Aumento de las oportunidades de ocio 8) Mejora de las condiciones sanitarias, educativas y mejora de la calidad de vida 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Cambio en las actividades tradicionales. 2) Invasión de la privacidad 3) Aumento de la comercialización 4) Introducción de enfermedades 5) Efectos demostración 6) Conflictos y tensión en la comunidad 7) Pérdida del lenguaje 8) Pérdida de acceso a las actividades de recreo y ocio 9) Congestión, multitud, aumento de la criminalidad

Fuente: OMT (1998).

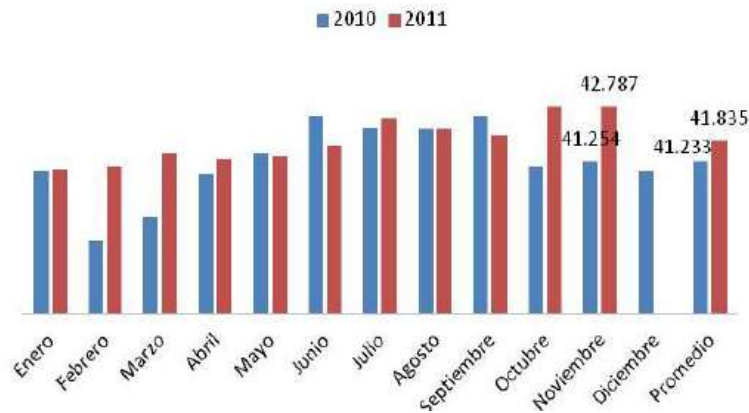
Los efectos positivos del turismo desde el punto de vista social son los que implican una mejora en la calidad de vida de la población local, observando casos en los que se producen cambios sociales inducidos, como una mayor tolerancia o la movilidad en sociedades jerarquizadas, entre otros (OMT, 1998).

Por otra parte, la actividad turística en función de los recursos movilizados puede revitalizar el interés de la comunidad local por la cultura propia, por las tradiciones, por las costumbres, por la artesanía, por el folklore, contribuyendo a recuperar y conservar monumentos y lugares históricos como patrimonio material e incluso formas de vida y de trabajo tradicionales como recursos etnográficos inmateriales, aunque la propia OMT advierte sobre los peligros de una incorrecta mercantilización del legado cultural, por ejemplo el turismo de masas se caracteriza por la superficialidad de las relaciones entre turistas y comunidad local de manera que muchas localidades disponen todas las estructuras para el disfrute de los turistas, sin considerar los estilos de vida y las formas propias de la comunidad; generando con ello aumento del crimen, prostitución, terrorismo, conflictos causados por uso de drogas y sobre todo desculturización. (OMT, 1998)

2) Empleo Generado en Actividades de Turismo

El empleo en las diferentes actividades de turismo en el 2011 creció en 1.4% con respecto al año 2010. El empleo en promedio contabilizo 42,835 empleos con respecto a 41,233 reportados para el

2010. En síntesis, para 2011 el empleo que el sector demanda, se encuentra entre la banda de los 41 mil a 42 mil empleos. (CORSATUR 2012)



Fuente: CORSATUR, con información de ISSS (2010-2011)

FIGURA 1. Evolución del empleo generado por el turismo.

Otro aspecto a resaltar es que de acuerdo a la composición de las diferentes actividades turísticas a noviembre del 2011, se observa que dependiendo a su importancia o peso respectivo, en cuanto a empresas turísticas, los restaurantes, bares y cantinas le corresponden el 36.1% del total del empleo que se absorbe en esas actividades características del turismo, en segundo lugar, está la actividad de otros transporte regular por vía terrestre con 30.2% del total en tercer lugar las segundas viviendas con un 16.7% y en último se encuentra la actividad de los hoteles con un 9.5% del total del empleo que se genera en turismo.

2. Análisis del Mercado

a. MERCADO CONSUMIDOR

Para llevar a cabo ésta investigación de mercado se utilizó el tipo de investigación descriptiva, debido a que se busca profundizar en una serie de variables o características específicas del mercado que se consideran relevantes o de interés.

La investigación descriptiva tiene como propósito proporcionar una referencia de varios aspectos como: gustos, preferencias, hábitos y tipo de paquetes turísticos entre otros. También tiene como objetivo determinar cuál es el potencial de consumo que se tiene en el mercado, basándose en los resultados que se obtengan en la investigación de campo.

1) Metodología de Investigación

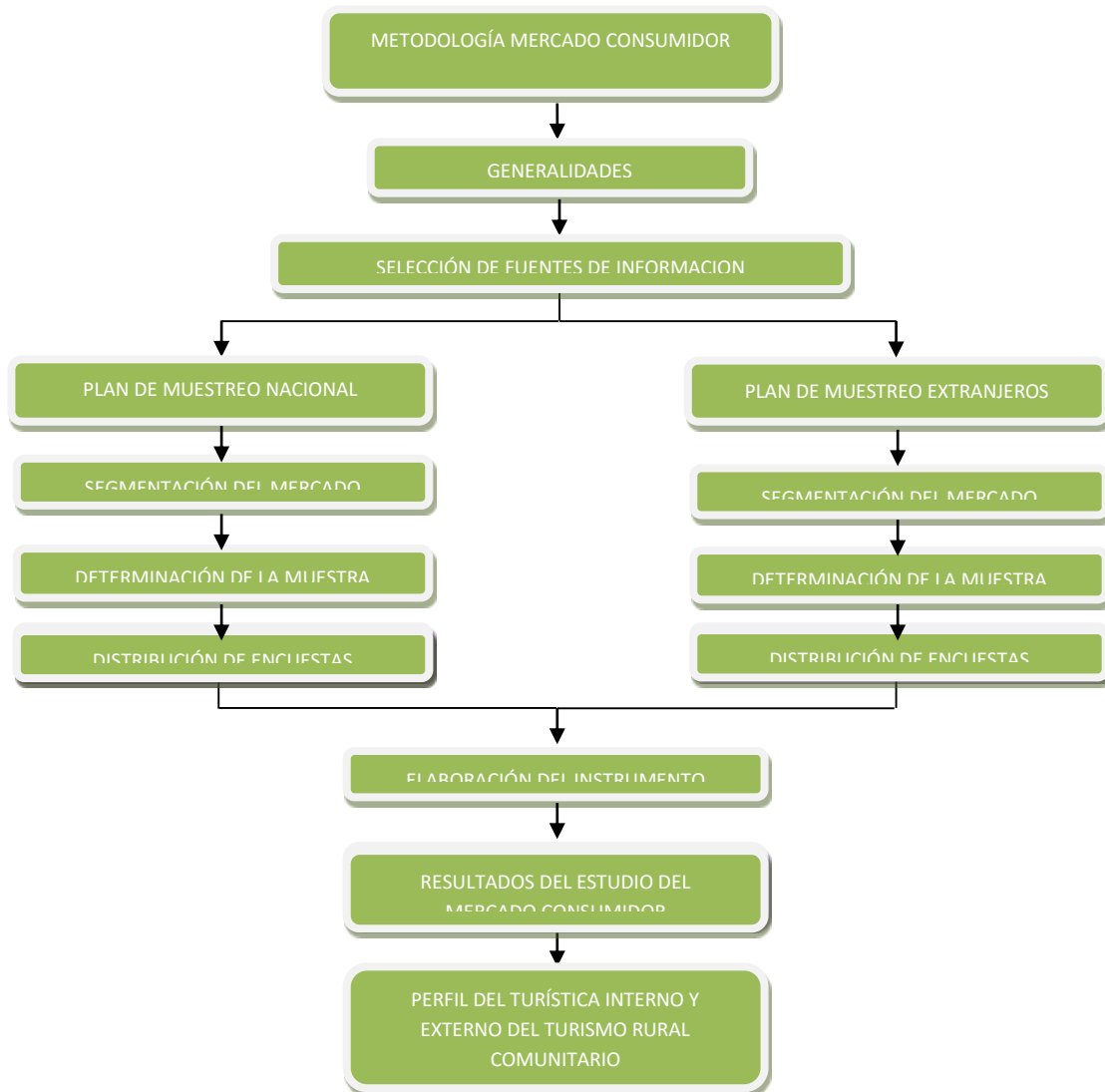


FIGURA 2. Metodología de la investigación mercado consumidor.

2) Generalidades del Mercado Consumidor.

Un mercado surge por la existencia de un producto, en este caso los servicios turísticos, que son ofrecidos en forma diferenciada por una diversidad de agentes económicos y son demandados por un grupo heterogéneo que integra la demanda turística.

El mercado turístico tiene una oferta y una demanda. Por una parte, la oferta es la producción turística y por otra parte la demanda es el consumo de los servicios turísticos.

A diferencia del mercado de bienes consumibles, el mercado del Turismo, tienen los elementos específicos siguientes (GIZ 1999):

El lugar de la oferta es el mismo lugar del consumo, pero puede ser distinto del lugar de la demanda.
La oferta del turismo es el resultado de una imagen mental que el consumidor potencial (el turista) tiene a través de información recibida directa o indirectamente.

La oferta turística no es flexible, lo que significa que no es elástica ni en tiempo ni en espacio y no puede ser almacenada ni transformada.

La demanda del turismo es muy elástica y está bajo una dinámica permanente generada por varios factores de naturaleza: económica, social y circunstancial.

Esto se dirige, momentáneamente, a un segmento de mercado restringido (nicho de mercado) y que llega a los consumidores de productos y servicios turísticos.

En contraste con el mercado de bienes, el mercado turístico, vende servicios y productos con un alto grado de abstracción, productos y servicios relativamente "invisibles" que pueden ser cuantitativa y cualitativamente estimados solamente de forma parcial e indirecta.

Entre las características propias de un servicio turístico que permiten diferenciarlo de un bien aparecen (GIZ 1999):

La intangibilidad (un servicio no puede verse, probarse, sentirse, oírse ni olerse antes de la compra).

La heterogeneidad (dos servicios similares nunca serán idénticos o iguales).

La inseparabilidad (la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos).

La perecibilidad (un servicio no se puede almacenar).

La ausencia de propiedad (los compradores de un servicio adquieren el derecho a recibir una prestación, uso, acceso o arriendo de algo, pero no la propiedad del mismo).

En realidad el mercado de Turismo Rural debe ser visto como una relación de cambio permanente entre la demanda y la oferta turística. El éxito del equilibrio de las dos partes será la consecuencia indirecta de la segmentación permanente del mercado.

3) Selección de las fuentes de información

Para la realización del estudio, se recurrió a dos fuentes de información: las primarias, que consisten básicamente en investigación de campo por medio de encuestas y otros métodos como la observación directa, y las secundarias que consisten en toda la información documentada que guarda relación con el tema de servicios turísticos, como por ejemplo estudios anteriores, información en internet, libros y artículos entre otros que sustenten el estudio a realizar.

Investigación de fuentes primarias.

Para la obtención de la información de fuentes primarias se utilizó una encuesta por muestreo.

Encuesta por muestreo: Este método de recolección de datos, nos permitió tomar una parte representativa del universo a investigar, de manera pudiesen hacerse las inferencias estadísticas de interés del estudio, basándose en la información contenida en la muestra de los consumidores, que se orientó a sus hábitos, preferencias, gustos, frecuencias para hacer turismo, precios que paga en cada visita a lugares turísticos, veces que asiste, días que se hospeda por visita, expectativas, y todos los aspectos relevantes que los clientes consideran al momento de adquirir un servicio turístico y la disponibilidad que presentan para comprar un nuevo concepto de servicio turístico una vez este en el mercado.

Con este instrumento también se recolecto información importante sobre los “usuarios potenciales” es decir personas que aún no han experimentado una experiencia en Turismo Rural Comunitario, que es importante conocer las razones por las cuales las personas no hacen uso de estos servicios y que disponibilidad presentan a comprar los servicios si dichas circunstancias cambian o mejoran. Esta se dirigió hacia 2 segmentos²⁴ de mercado consumidor: **Turistas Nacionales e Internacionales.**

Investigación de fuentes secundarias

Estas se consultaron con el propósito de obtener fuentes para la determinación de un adecuado marco muestral, asimismo lograr información de características estadísticas requeridas para mejorar el diseño y de manera específica para la determinación del tamaño de muestra, en ambos segmentos del mercado consumidor, entre ellas tenemos:

VI Censo de población y vivienda 2007 (Población, Viviendas y Hogares).

Directorio de establecimientos de la Dirección General de Estadística y Censos (DIGESTYC).

Mapa de Pobreza: Tomo II. Indicadores para el manejo social del riesgo a nivel municipal. 2005 FISDL

MAPA DE POBREZA URBANA Y EXCLUSIÓN SOCIAL. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) Programa El Salvador, Ministerio de Economía (MINEC), Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) San Salvador, El Salvador, 2010.

INFORME DE COYUNTURA: Turismo Cuarto Trimestre, Tendencias del turismo Enero- Diciembre 2011. Unidad de Inteligencia de Mercado. Corporación Salvadoreña de Turismo – CORSATUR. San Salvador, El Salvador, 2012.

4) Planteamiento de la encuesta

i. Delimitación de la cobertura espacial del Estudio de Mercado.

Segmentación del mercado de Consumidores

La segmentación del mercado turístico para este estudio se realizó a partir de la **variable geográfica**, por tanto se realizó una subdivisión de mercados con base en su ubicación geográfica, dado que el producto turístico a ofertar, puede percibirse o consumirse de forma distinta en cada unidad geográfica y las diferencias suelen ser tan importantes que obligan a diferenciar una estrategia de marketing, por el hecho que los consumidores son heterogéneos en cuanto a sus necesidades y deseos.

Según la OMT, entre las principales ventajas que ofrece la segmentación para la gestión turística, son:

Permite definir grupos de potenciales compradores del producto.

Definición más precisa del mercado, en función de las necesidades de los consumidores.

Identificación de las necesidades de los consumidores todavía no satisfechas, que pueden representar una oportunidad de negocio.

²⁴ En los siguientes apartados se especificara con mayor detalle esta actividad de planteamiento de encuesta.

Posibilidad de adaptación a los eventuales cambios de la demanda.
Optimización de la actuación comunicativa al conocer a ciencia cierta el público objetivo.

Asimismo para un tipo de segmentación geográfica, la unidad geográfica, determina tres conceptos de mercado destino (OMT, 2011).

1. Mercado local. Se considera como el grupo de persona habitantes de una región, municipio, estado o localidad que tiene una necesidad específica, y cuenta con las características necesarias para consumir un producto determinado.
2. Mercado Nacional. Es el grupo de personas con una necesidad específica y cuentan con las características necesarias para consumir un producto determinado dentro de las fronteras de un país o nación.
3. Mercado Internacional o Global.- Conjunto de personas que comparten la compra de algunos productos rebasando las fronteras de su país, el mercado global conjunta países que tienen acuerdos comerciales y que venden sus productos en estos adaptando las características de los mismos a las necesidades de cada país.

En base a esta teoría, el presente estudio, se enfocara en los segmentos de mercado consumidor siguientes: **Mercado Nacional y el Mercado Extranjero o Internacional**, se apuesta a ambos turistas, por el progresivo consumo que han mostrado. Tenemos que para 2011, el turismo interno total fue de **4, 050,907 visitantes**, teniéndose un ingreso interno total **US\$ 60.6 millones**; por otro lado el turismo receptor tuvo llegadas que alcanzaron los **1, 634,679 visitantes**, cuyos ingresos generados ascendieron a **US\$615.15 millones**. (CORSATUR 2012)

Asimismo otro factor importante que llevo a tomar esta decisión, es que según las experiencias en TRC, el mercado atendido está dado por el 70% de turistas que se reciben son nacionales, contra un 30% de turistas extranjeros. (PRISMA 2011)

5) Elaboración de documento básico

Los documentos básicos son aquellos que norman la encuesta desde el punto de vista técnico, entre estos se tiene: el cuestionario, plan de tabulaciones y usos y definiciones de las variables a investigarse. Para este apartado solo se definirá el cuestionario, el resto de elementos constituyeron parte implícita del proceso de procesamiento de datos.

i. Cuestionario

Es el documento que contiene las preguntas tal como deben ser formuladas y que están referidas a las variables a investigarse, para su elaboración partiremos de los objetivos de investigación siguientes:

1. Recolectar información que permita identificar las características de los turistas nacionales potenciales en Turismo Rural Comunitario para el Municipio de Tecoluca, con el fin de conocer sus preferencias relacionadas a la práctica de esta actividad.

2. Obtener información que identifique las características de los potenciales turistas extranjeros para el Turismo Rural Comunitario del municipio de Tecoluca para conocer sus preferencias relacionadas con la práctica de esta actividad.

Construcción del cuestionario

Una vez definido los objetivos relacionados a cada segmento a investigar, se procedió en base a ellos a determinar las preguntas de contenido, entre abiertas y cerradas (dicotómicas y de selección múltiple) que se adapten al estudio, construyéndose de esta manera un cuestionario para ambos casos. Estos instrumentos diseñados, permitirán conocer la opinión de las personas nacionales como extranjeras con respecto a la iniciativa de un proyecto de Turismo Rural Comunitario, además de otros elementos importantes para el desarrollo del estudio.

El cuestionario diseñado para los dos segmentos se visualiza a continuación.

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
MAESTRIA EN CONSULTORIA EMPRESARIAL**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN DENOMINADO:
“ESTRATEGIA DE DESARROLLO EN TURISMO RURAL PARA EL MUNICIPIO DE TECOLUCA,
DEPARTAMENTO DE SAN VICENTE”**

Objetivo: Recolectar información que permita identificar las características de los clientes potenciales en Turismo Rural Comunitario en el Municipio de Tecoluca con el fin de conocer sus preferencias relacionadas a la práctica de esta actividad.

Indicaciones: Seleccione la opción que usted considere más conveniente en cada una de las interrogantes que se le presentan a continuación.

SECCIÓN I - INFORMACION GENERAL

1. Municipio de residencia: _____
2. Edad:
 - 18 – 27 años
 - 28 – 37 años
 - 38 – 47 años
 - 48 – 57 años
 - 58 – 67 años
 - Más de 68 años

- 3. Género:**
 Femenino Masculino
- 4. Nivel de estudio:**
 Universitario Técnico Bachiller
 Tercer ciclo Primaria Sin estudios
- 5. Ocupación:**
 Empleado sector formal Estudiante Empleado sector informal
 Negocio Propio Jubilado Desempleado
- 6. Cuantos miembros componen su grupo familiar: _____**
- 7. ¿Con quienes acostumbra practicar actividades turísticas tanto dentro como fuera del país?**
 Solo En Pareja En Familia Grupos de Amigos
 Otros, especifique: _____
- 8. ¿Cada cuánto tiempo practica actividades turísticas dentro del país?**
 Semanal 2 veces al mes 1 vez al mes 1 vez al año
 Solo en temporada de vacaciones (3 veces al año) Otro. Especifique _____
- 9. ¿Cuáles de los siguientes lugares visita con más frecuencia cuando practica turismo en el país?**
 Playas, ríos y lagos Pueblos coloniales Montañas y senderos
 Sitios Arqueológicos Parques Acuáticos Pueblos rurales
 Otros. Especifique _____
- 10. ¿Cuáles de las siguientes actividades turísticas practica con más frecuencia?**
 Montañismo Acampar Cabalgata Rafting Paseos en lancha
 Observación de flora y fauna Gastronomía Descanso Canopy
 Surfing Actividades agropecuarias Otras. Especifique _____
- 11. ¿Cuánto gasta en promedio por persona por día en su salida turística?**
 Menos de \$ 50
 \$51 - \$100
 \$101 - \$150
 \$151 - \$200
 \$201 - \$250
 \$251 - \$300
 Más de \$300

19. ¿Estaría dispuesto a vivir nuevas experiencias de turismo rural en el país?

- Si _____ (**Pase a la sección IV**)
 No _____ ¿Por qué? _____ (**finaliza la encuesta.**) ¡Gracias por su colaboración!

SECCIÓN III IDENTIFICACION DE TURISTAS POTENCIALES

20. ¿Por qué motivos no ha practicado turismo rural?

- No le llama la atención este tipo de turismo
 Por lejanía a su lugar de residencia
 Por la inseguridad en el país
 Porque no lo conoce
 Por falta de atractivos
 Difícil acceso

21. ¿Estaría dispuesto a practicar el turismo rural?

- Si _____ (**pase sección IV**)
No _____ ¿Por qué? _____ (**Finaliza la encuesta**) ¡Gracias por su colaboración!

SECCIÓN IV ESPECTATIVAS DEL TURISTA RURAL

22. ¿Qué servicios espera encontrar en un lugar denominado de Turismo Rural?

- Restaurante
 Cabalgatas
 Paseos en Lancha
 Miradores
 Artesanías
 Otros, especifique: _____
 Hospedaje
 Pesca
 Piscinas
 Canopy
 Actos culturales
 Guías turísticos
 Camping
 Actividades agropecuarias
 Caminatas

23. A que rango corresponde el promedio de ingresos familiares mensuales.

- Menor a \$500.00
 \$501 a \$1000
 \$1001 a \$1500
 \$1501 a \$2000
 \$2001 a \$2500
 \$2501 a \$3000
 Más de \$3000

24. Seleccione 3 criterios, los cuales son más importantes para usted al momento de seleccionar el sitio turístico que desea visitar

- Calidad en el servicio
 Precios accesibles
 Comodidad
 Seguridad
 Acceso
 Ubicación
 Diversidad de atractivos

25. ¿Conoce donde está ubicado el Municipio de Tecoluca?

- Si _____
No _____ (**Finaliza la encuesta.**) ¡Gracias por su colaboración!

26. ¿Ha escuchado sobre atractivos turísticos del Municipio de Tecoluca?

Si _____

No _____ **(Finaliza la encuesta). ¡Gracias por su colaboración!**

27. ¿Por qué medio se enteró de los atractivos turísticos del Municipio de Tecoluca?

- Radio
- Televisión
- Periódico
- Vallas publicitarias
- Recomendación de un amigos y familiares
- Internet
- Ferias Turísticas
- Otros. Especifique _____

28. ¿Ha visitado lugares turísticos del municipio de Tecoluca?

Si _____ ¿Cuáles? _____

No _____ ¿Por qué? _____

¡Gracias por su colaboración!

Administración del cuestionario

Por el tipo de segmentos a los que va dirigido cada cuestionario, así como también por los objetivos de investigación que se persiguen, la administración de los cuestionarios quedo de la siguiente manera:

1. Turista Nacional, se hizo uso de la entrevista directa, donde un entrevistador debidamente capacitado y entrenado para tal fin, aplico el cuestionario a la población que va a ser entrevistada, haciéndole las preguntas y anotando las respuestas.
2. Turista extranjero, el proceso fue de auto administrado, donde el cuestionario se entregó directamente a la población, mediante un formato electrónico para su llenado, de manera que fueron ellos mismos quienes anotaron las respuestas, no existiendo intermediarios. En este proceso se tuvo cuidado de colocar las instrucciones para el llenado de manera precisa, clara y completa.

6) Diseño muestral

i. Población en estudio

Turistas nacionales, que habitan en áreas urbanas y con ingresos que superan el valor de la canasta básica alimentaria urbana; y *Turistas extranjeros* que durante 2011 llegaron al país.

Caracterización de la población o universo para los segmentos mercado nacional y extranjero.

CARACTERÍSTICAS PROPIAS DEL SEGMENTO NACIONAL

Para efectos de este estudio la segmentación del mercado se realizará en base a los criterios: área geográfica de residencia y desempeño económico.

1. SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA

Este factor es de fundamental importancia debido a que el producto turístico a ofrecer se desarrolla directamente en un ambiente rural, por lo cual, estará dirigido a todos aquellos individuos que habitan en áreas urbanas²⁵, que deseen convivir en un contexto lejos de la ciudad, en busca de un ambiente tranquilo y en armonía con la naturaleza. Para este análisis se tomará en cuenta “El Índice de Urbanidad”²⁶, con el fin de tener un panorama que permita determinar inicialmente la situación actual a nivel nacional. A continuación se presenta un resumen sobre la situación de urbanidad de cada uno de los 14 departamentos del país.

TABLA 2. Resumen sobre situación de urbanidad del país.

DEPARTAMENTO	POBLACIÓN TOTAL	PORCENTAJE URBANIDAD	POBLACIÓN URBANA
1. AHUACHAPÁN	319,503	42.23%	134,926
2. SANTA ANA	523,655	63.52%	332,626
3. SONSONATE	438,960	59.54%	261,357
4. CHALATENANGO	192,788	33.27%	64,141
5. LA LIBERTAD	660,652	70.11%	463,183
6. SAN SALVADOR	1,567,156	93.35%	1,462,940
7. CUSCATLÁN	231,480	41.77%	96,689
8. LA PAZ	308,087	49.40%	152,195
9. CABAÑAS	149,326	33.28%	49,696
10. SAN VICENTE	161,645	48.35%	78,155
11. USulután	344,235	47.97%	165,130
12. SAN MIGUEL	434,003	50.61%	219,649
13. MORAZÁN	174,406	26.12%	45,555
14. LA UNIÓN	238,217	30.42%	72,466
TOTAL:	5,744,113		3,598,706

²⁵ Área Urbana: Aquella que comprende a todas las cabeceras municipales, donde se encuentran las autoridades civiles, religiosas y militares, y aquellas áreas que cumplan las siguientes características: que tengan como mínimo 500 viviendas agrupadas continuamente, cuenten con servicio de alumbrado público, centro educativo a nivel de educación básica, servicio regular de transporte, calles pavimentadas, adoquinadas o empedradas y servicio de teléfono público. (FLACSO 2010)

²⁶ Censo Nacional VI de población y V de vivienda 2007. DIGESTYC, Tomo I Características Generales de la población.

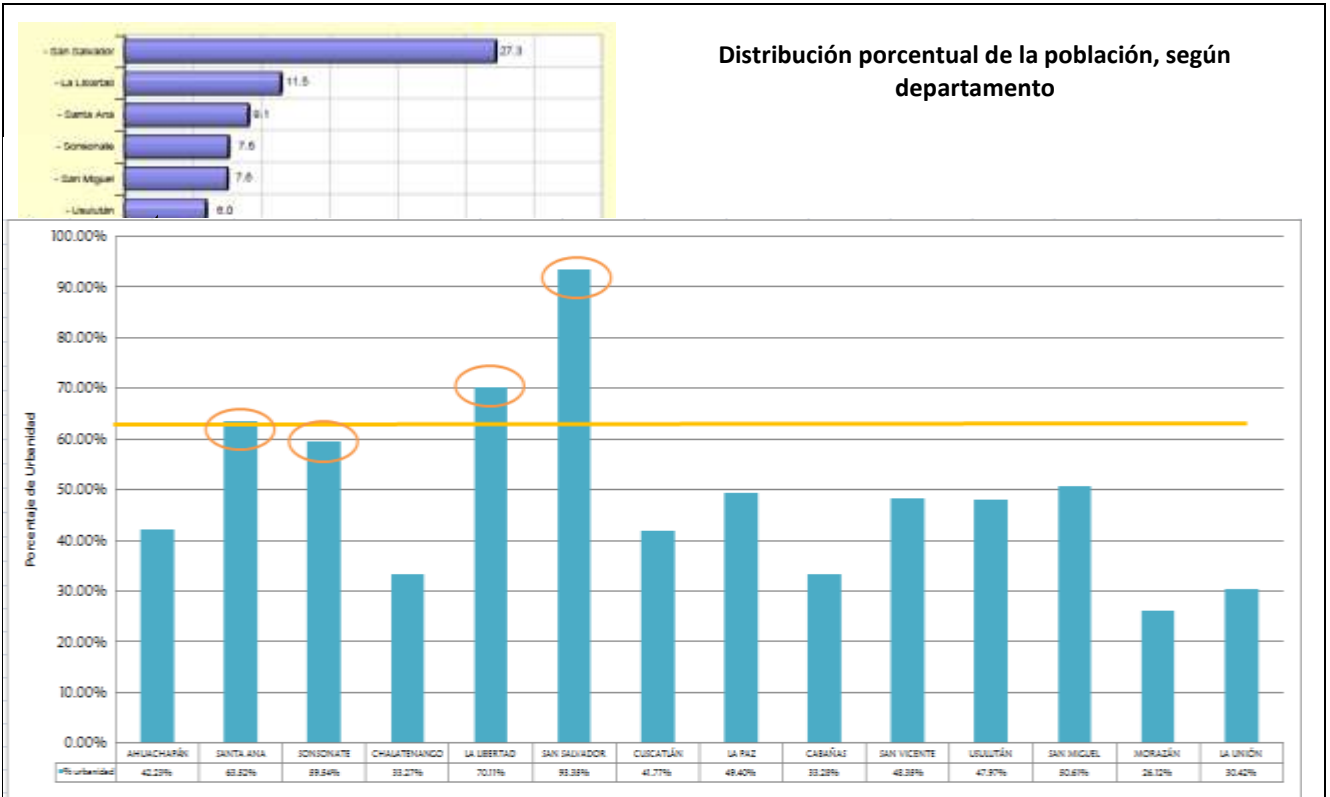


FIGURA 3. Distribución porcentual de urbanidad en el país.

Porcentaje de Urbanidad promedio a nivel nacional: 62.65%. Como resultado de la información anterior, y para efectos de este estudio se consideraran los departamentos de San Salvador, La Libertad, Santa Ana y Sonsonate, debido a que el porcentaje de urbanidad que poseen es superior a la media a nivel nacional (62.65%) para los casos de San Salvador, La Libertad y Santa Ana, y para el caso de Sonsonate, este es el que más se aproxima a la media nacional. En conjunto estos cuatro departamentos conforman el 70% de la población urbana total a nivel nacional información que se muestra en el grafico siguiente.

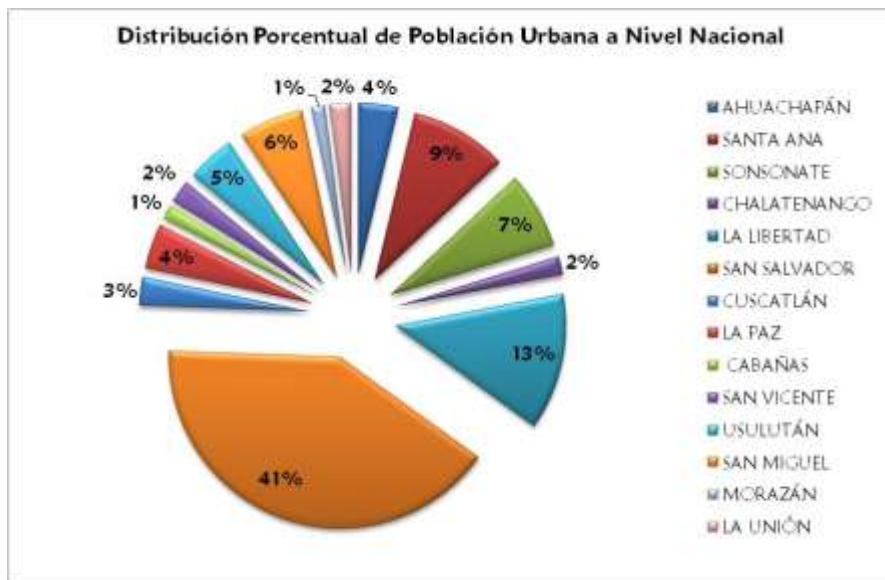


FIGURA 4. Distribución porcentual de población urbana a nivel nacional.

Luego de haber seleccionado los departamentos que serán objeto de estudio se llevara a cabo un análisis que permitirá determinar de una forma más específica la muestra poblacional tomando aquellos municipios más representativos de cada uno de los departamentos seleccionados.

Para este análisis se considerará el número de individuos pertenecientes al sector urbano de cada uno de los municipios seleccionados, excluyendo a aquel porcentaje de la población considerado bajo el rango de pobreza extrema.

SAN SALVADOR

En este Departamento se encuentra concentrado el 41.00% de la población urbana a nivel nacional, los municipios de mayor representatividad son los 12 pertenecientes al Área Metropolitana de San Salvador, donde se concentra el 90.04 % de la población total del departamento, esta información se presenta a continuación:

TABLA 3. Población urbana de San Salvador.

MUNICIPIOS	POBLACIÓN TOTAL	POBLACIÓN URBANA	MUNICIPIOS	POBLACIÓN TOTAL	POBLACIÓN URBANA
San Salvador	316,090	294,754	Mejicanos	140,751	131,250
Apopa	131,286	122,424	Nejapa	29,458	27,470
Ayutuxtepeque	34,710	32,367	San Marcos	63,209	58,942
Cuscatancingo	66,400	61,918	San Martín	72,758	67,847
Delgado	120,200	112,087	Soyapango	241,403	225,108
Ilopango	103,862	96,851	Tonacatepeque	90,896	84,761
TOTAL POBLACIÓN:				1,411,023	1,315,779

LA LIBERTAD

En este Departamento se encuentra concentrado el 13.00% de la población urbana a nivel nacional los municipios de mayor representatividad de este Departamento son 6 municipios que representan el 67% de la población total del departamento, 2 de ellos pertenecientes al Área Metropolitana de San Salvador, siendo estos los que poseen mayor concentración de la población urbana en el departamento:

TABLA 4. Población urbana La Libertad.

MUNICIPIOS	POBLACIÓN TOTAL	POBLACIÓN URBANA	MUNICIPIOS	POBLACIÓN TOTAL	POBLACIÓN URBANA
Antiguo Cuscatlán	33,698	23,626	Ciudad Arce	60,314	42,286
Colón	96,989	67,999	Quezaltepeque	52,643	36,908
Santa Tecla	121,908	85,470	San Juan Opico	74,280	52,078
TOTAL POBLACIÓN:				439,832	308,366

SANTA ANA

En este Departamento se encuentra concentrado el 9.00% de la población urbana a nivel nacional el municipio de mayor representatividad es la cabecera departamental:

TABLA 5. Población urbana Santa Ana.

MUNICIPIOS	POBLACIÓN TOTAL	POBLACIÓN URBANA
Santa Ana	245,421	155,892

SONSONATE

En este Departamento se encuentra concentrado el 7.00% de la población urbana a nivel nacional el municipio de mayor representatividad es la cabecera departamental:

TABLA 6. Población urbana Sonsonate.

MUNICIPIOS	POBLACIÓN TOTAL	POBLACIÓN URBANA
Sonsonate	71,541	42,596

2. DESEMPEÑO ECONÓMICO.

Para delimitar aún más el área geográfica de interés, para el servicio turístico definido se toman las siguientes consideraciones:

Se excluirá únicamente a aquel porcentaje de la población considerada dentro del rango de extrema pobreza, debido a que sus niveles de ingresos están por debajo del costo de la canasta básica alimentaria urbana siendo esta equivalente a \$174.55 en mayo de 2012.

En base a los datos del mapa nacional de pobreza del FISDL²⁷ se resta el número de personas clasificadas en extrema pobreza.

TABLA 7. Población urbana total en el país.

MUNICIPIOS	POBLACIÓN URBANA TOTAL	% POBREZA EXTREMA	POBLACIÓN
San Salvador	294,754	6.00%	277,069
Apopa	122,424	8.40%	112,140
Ayutuxtepeque	32,367	6.30%	303,28
Cuscatancingo	61,918	6.60%	57,831
Delgado	112,087	6.90%	104,353
Ilopango	96,851	5.20%	91,815
Mejicanos	131,250	5.30%	124,294
Nejapa	27,470	12.20%	24,119
San Marcos	58,942	10.00%	53,048
San Martín	67,847	9.30%	61,537
Soyapango	225,108	5.20%	213,402
Tonacatepeque	84,761	8.80%	77,302
Antiguo Cuscatlán	23,626	4.20%	22,634
Colón	67,999	8.30%	62,355
Santa Tecla	85,470	5.90%	80,427
Ciudad Arce	60,314	6.20%	56,575
Quezaltepeque	52,643	8.90%	47,958
San Juan Opico	74,280	14.4%	63,584
Santa Ana	155,892	11.80%	137,497
Sonsonate	42,596	13.10%	37,016
TOTAL:			1,735,283

De todo lo anterior se obtuvo como resultado un Universo total equivalente a:
1735,283 personas.

CARACTERÍSTICAS PROPIAS DEL SEGMENTO EXTRANJERO

²⁷ Mapa de Pobreza El Salvador Tomo III, Fondo de Inversión Social para el Desarrollo Local de El Salvador (FIDL), San Salvador, El Salvador septiembre 2005. FLACSO programa El Salvador.

Como se mencionó con anterioridad este mercado tiene una gran importancia, en la generación de divisas al país, para 2011 se recibió un total de ingresos de US\$615.15 millones, dada la clasificación por tipo de visitante, se tiene que el salvadoreño residente en el exterior aporta un 35% del gasto total y el extranjero un 62%, el resto lo aporta el excursionista o visitante del día.

Para este segmento se tomara como universo, las llegadas de turistas internacionales por país de residencia, en el último año (2011), puesto que con las estrategias de promoción que se ejecutan para captar este sector, se ha proyectado para este 2012, ingresos alrededor US\$648 millones (CORSATUR 2012), por ende el flujo de visitantes deberá mantener como mínimo esta frecuencia.

PAIS/MES	DICIEMBRE		Variación absoluta	Variación relativa %	Participación Mensual %	Enero -Diciembre		Variación absoluta	Variación relativa %	Participación acumulada %	
	2010	2011				2010	2011			2010	2011
CENTRO AMERICA	83,355	82,513	-842	-1.0%	57.6%	739,843	734,796	-5,047	-0.7%	64.4%	62.0%
Guatemala	60,827	63,612	2,785	4.6%	44.4%	518,957	535,245	16,288	3.1%	45.1%	45.2%
Honduras	16,803	13,895	-2,908	-17.3%	9.7%	145,868	126,446	-19,422	-13.3%	12.7%	10.7%
Nicaragua	2,934	2,143	-791	-27.0%	1.5%	43,488	40,755	-2,733	-6.3%	3.8%	3.4%
Costa Rica	1,697	1,746	49	2.9%	1.2%	18,443	20,300	1,857	10.1%	1.6%	1.7%
Otros Centroamerica	1,094	1,117	23	2.1%	0.8%	13,087	12,050	-1,037	-7.9%	1.1%	1.0%
NORTE AMERICA	36,201	52,662	16,461	45.5%	36.8%	356,608	368,641	12,033	3.4%	31.0%	31.1%
Estados Unidos	32,321	46,905	14,584	45.1%	32.7%	318,569	320,737	2,168	0.7%	27.7%	27.1%
Mexico	1,448	1,455	7	0.5%	1.0%	17,607	19,699	2,092	11.9%	1.5%	1.7%
Canadá	2,432	4,302	1,870	76.9%	3.0%	20,432	28,205	7,773	38.0%	1.8%	2.4%
SUR AMERICA	2,209	2,826	617	27.9%	2.0%	23,704	33,249	9,545	40.3%	2.1%	2.8%
CARIBE	175	229	54	30.9%	0.2%	2,602	3,086	484	18.6%	0.2%	0.3%
EUROPA	1,688	3,552	1,864	110.4%	2.5%	19,919	33,891	13,972	70.1%	1.7%	2.9%
Alemania	356	481	125	35.1%	0.3%	2,020	4,993	2,973	147.2%	0.2%	0.4%
España	517	650	133	25.7%	0.5%	5,843	10,620	4,777	81.8%	0.5%	0.9%
Francia	103	208	105	101.9%	0.1%	1,332	3,023	1,691	127.0%	0.1%	0.3%
Italia	385	678	293	76.1%	0.5%	2,475	5,228	2,753	111.2%	0.2%	0.4%
Reino Unido	57	194	137	240.4%	0.1%	759	1,919	1,160	152.8%	0.1%	0.2%
Suecia	65	203	138	212.3%	0.1%	537	953	416	77.5%	0.0%	0.1%
Suiza	72	160	88	122.2%	0.1%	781	909	128	16.4%	0.1%	0.1%
Rep. Checa	0	5	5	#jDIV/0!	0.0%	877	250	-627	-71.5%	0.1%	0.0%
Otros Europa	133	973	840	631.6%	0.7%	5,295	5,996	701	13.2%	0.5%	0.5%
AFRICA	1	119	118	0.0%	0.1%	172	516	344	200.0%	0.0%	0.0%
ASIA ORIENTAL Y MERIDIONAL	1,197	501	-696	-58.1%	0.3%	4,927	7,504	2,577	52.3%	0.4%	0.6%
OCEANIA	524	830	306	58.4%	0.6%	1,786	2,814	1,028	57.6%	0.2%	0.2%
TOTAL	125,350	143,232	17,882	14.3%	100.0%	1149,561	1184,497	34,936	3.0%	100.0%	100.0%

Por lo tanto se obtuvo como resultado un Universo total equivalente a:
1184,497 personas.

En 2012 El Salvador recibió 1.738.317 visitantes internacionales, mientras que al cierre de este 2013 según datos del MITUR se tuvo la llegada de 1.822.003 turistas.

ii. Marco muestral utilizado

El marco muestral se define como el padrón o listado en el cual se ubican las unidades de muestreo que representan la población, de cuya estructura dependerá la selección y decisión entre diferentes tipos de muestreo (Lázaro, 2012).

Para este estudio se manejan dos marcos muestrales, para la población Turista Nacional, está estructurado por las personas que viven en los municipios más representativos de los departamentos de San Salvador, La Libertad, Santa Ana y Sonsonate, que superan la proporción de urbanidad a nivel nacional (62.65%) y con niveles de ingresos por encima del costo de la canasta básica alimentaria urbana (superan la pobreza extrema). Comprende las siguientes variables: municipios, población urbana total, % pobreza extrema y población total de estudio.

MUNICIPIOS	POBLACIÓN URBANA TOTAL	% POBREZA EXTREMA	POBLACIÓN TOTAL ESTUDIO
San Salvador	294,754	6.00%	277,069
Apopa	122,424	8.40%	112,140
Ayutuxtepeque	32,367	6.30%	303,28
Cuscatancingo	61,918	6.60%	57,831
Delgado	112,087	6.90%	104,353
Ilopango	96,851	5.20%	91,815
Mejicanos	131,250	5.30%	124,294
Nejapa	27,470	12.20%	24,119
San Marcos	58,942	10.00%	53,048
San Martín	67,847	9.30%	61,537
Soyapango	225,108	5.20%	213,402
Tonacatepeque	84,761	8.80%	77,302
Antiguo Cuscatlán	23,626	4.20%	22,634
Colón	67,999	8.30%	62,355
Santa Tecla	85,470	5.90%	80,427
Ciudad Arce	60,314	6.20%	56,575
Quezaltepeque	52,643	8.90%	47,958
San Juan Opico	74,280	14.4%	63,584
Santa Ana	155,892	11.80%	137,497
Sonsonate	42,596	13.10%	37,016
TOTAL:			1,735,283

Fuente: Elaboración propia.

Para el segmento del mercado extranjero, el marco muestral está definido por las personas que durante el 2011 llegaron al país procedentes de diferentes países de residencia, a desarrollar actividades de turismo. Comprendiendo las siguientes variables: Región/país de residencia, total de llegadas de turistas, variación relativa respecto 2010.

REGIÓN/PAÍS	LLEGADAS DE TURISTAS 2011 (ENERO-DICIEMBRE)	VARIACIÓN RELATIVA (2010- 2011)
CENTRO AMERICA	734,796	-0.7%
Guatemala	535,245	3.1%
Honduras	126,446	-13.3%
Nicaragua	40,755	-6.3%
Costa Rica	20,300	10.1%
otros	12,050	-7.9%
NORTE AMERICA	368,641	3.4%
Estados Unidos	320,737	0.7%
México	19,699	11.9%
Canadá	28,205	38.0%
SUR AMERICA	33,249	40.3%
CARIBE	3,086	18.6%
EUROPA	33,981	70.1%
Alemania	4,993	147.2%
España	10,620	81.8%
Francia	3,023	127.0%
Italia	5,228	11.2%
Reino Unido	1,919	152.8%
Suecia	953	77.5%
Suiza	909	16.4%
Rep. Checa	250	-71.5%
Otros	5,996	13.2%
AFRICA	516	200.0%
ASIA ORIENTAL Y MERIDIONAL	7,504	52.3%
OCEANIA	2,814	57.6%
TOTAL	1,184,497	3.0%

Fuente: CORSATUR, 2012

iii. Tipo de muestreo

La muestra para ambos segmentos es probabilística, aleatoria simple. Será probabilística porque las unidades de muestreo se seleccionan en forma aleatoria, será aleatoria simple, porque se seleccionaron un número fijo de unidades muestrales, n , de tal modo que todas las muestras de tamaño n , tienen la misma probabilidad de ser escogidas.

iv. Tamaño de la muestra

Determinación de la muestra segmento Turista nacional

Nivel de confianza: es el porcentaje de seguridad que existe para generalizar los resultados obtenidos. Esto quiere decir que un porcentaje del 100% equivale a decir que no existe ninguna duda para generalizar tales resultados, pero también implica estudiar a la totalidad de los casos de la población.

Para evitar un costo muy alto para el estudio o debido a que en ocasiones llega a ser prácticamente imposible el estudio de todos los casos, entonces se busca un porcentaje de confianza menor. Comúnmente en las investigaciones sociales se busca un 95%.²⁸

El error o porcentaje de error: equivale a elegir una probabilidad de aceptar una hipótesis que sea falsa como si fuera verdadera, o la inversa. Comúnmente se aceptan entre el 4% y el 6% como error, tomando en cuenta de que no son complementarios la confianza y el error.

Para la muestra se ha elegido un nivel de confianza del 95%, y un porcentaje de error del 5%. Para la significación se obtuvo un valor de z de 1.96.

Para encontrar “n preliminar”, se asumirán los siguientes datos: p= 0.5 q=0.5 z=1.96 e=5%. Sustituyendo los datos en la ecuación:

$$n = \frac{(z^2 N p q)}{[(N-1)e^2 + z^2 p q]} = \frac{(1.96^2 \times 1735,283 \times 0.5 \times 0.5)}{[(1735,283 - 1) \times 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5]} = 384.07 = 384 \text{ encuestas}$$

Con un valor de p y q = 0.5 (asumiendo que existe una probabilidad igual de éxito y fracaso) se obtuvo un “n preliminar” de 384 muestras. Para utilizar un valor verdadero de p y q, se debe hacer una prueba piloto. Utilizaremos para ello un “n piloto” del 10% del “n preliminar”, con esto obtendremos una tendencia más cercana al valor de la probabilidad de que el entrevistado conteste la encuesta.

$$\text{“n preliminar”} = 384 \text{ encuestas} \quad \text{“n piloto”} = 38 \text{ encuestas.}$$

Para la determinación del P y Q preliminar se realizó un sondeo a 38 personas mayores de 18 años y residentes en el área metropolitana de San Salvador, donde estas dieron respuesta a los siguientes cuestionamientos:

²⁸ Fuente: Teoría de la probabilidad, Estadísticas.// Estudio NetSalud

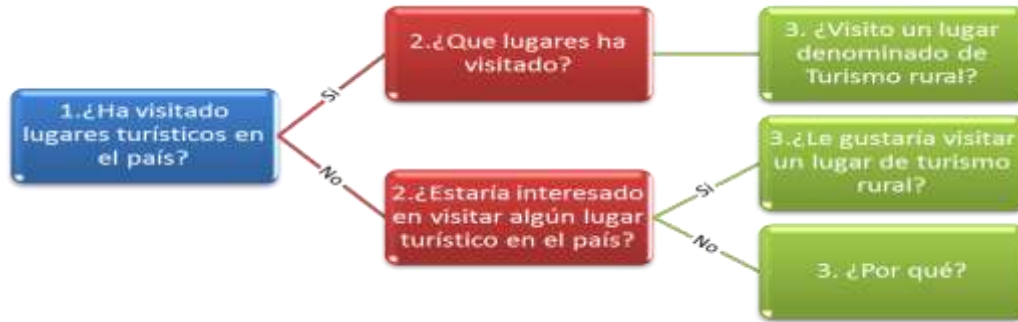


FIGURA 5. Encuesta piloto San Salvador.

De esta manera se completaron las 38 encuestas piloto y se obtuvieron los siguientes datos:
 35 personas aceptaron ser entrevistadas.
 3 personas se negaron a colaborar con la encuesta.

Con estos datos calculamos la probabilidad de aceptación y de rechazo:

$$\text{Probabilidad} = \text{casos ocurridos} / \text{total de casos posibles}$$

$$p = 35 / 38 = 0.91 \quad q = (1-p) = (1-0.92) = 0.09$$

Calculando de nuevo “n” con los valores obtenidos en la prueba piloto: $p=0.91$ $q=0.09$, y $z=1.96$ $e=5\%$

$$n = \frac{(z^2 N p q)}{[(N-1)e^2 + Z^2 p q]} = \frac{(1.96^2 \times 1735,283 \times 0.91 \times 0.09)}{[(1735,283-1) \times 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.91 \times 0.09]} = 125.84 = 126 \text{ encuestas}$$

Por lo tanto “n” equivale a: 126 Unidades Muestrales

Determinación de la muestra segmento Turista extranjero

Para encontrar “n preliminar”, se asumirán los siguientes datos: $p= 0.5$ $q=0.5$ $z=1.96$ $e=5\%$.
 Sustituyendo los datos en la ecuación:

$$n = \frac{(z^2 N p q)}{[(N-1)e^2 + Z^2 p q]} = \frac{(1.96^2 \times 1184,497 \times 0.5 \times 0.5)}{[(1184,497 - 1) \times 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5]} = 382.13 = 382 \text{ encuestas}$$

Con un valor de p y $q = 0.5$ (asumiendo que existe una probabilidad igual de éxito y fracaso) se obtuvo un “n preliminar” de 382 muestras. Para utilizar un valor verdadero de p y q , se debe hacer una prueba piloto. Utilizaremos para ello un “n piloto” del 10% del “n preliminar”, con esto obtendremos una tendencia más cercana al valor de la probabilidad de que el entrevistado conteste la encuesta.

“n preliminar”= 382 encuestas “n piloto” = 38 encuestas.

Para la determinación del P y Q preliminar se realizó un sondeo a 38 personas mayores de 18 años y residentes en el extranjero, donde estas dieron respuesta a los siguientes cuestionamientos:

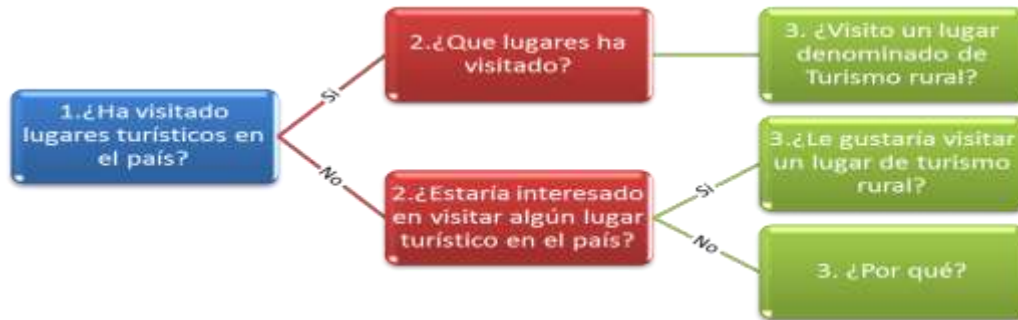


FIGURA 6. Encuesta piloto a extranjeros.

De esta manera se completaron las 38 encuestas piloto y se obtuvieron los siguientes datos: 29 personas aceptaron ser entrevistadas. 9 personas se negaron a colaborar con la encuesta.

Con estos datos calculamos la probabilidad de aceptación y de rechazo:

Probabilidad = casos ocurridos / total de casos posibles

$$p = 29 / 38 = 0.75 \quad q = (1-p) = (1-0.75) = 0.25$$

Calculando de nuevo “n” con los valores obtenidos en la prueba piloto: $p=0.75$ $q=0.25$, y $z=1.96$ $e=10\%$

$$n = \frac{(z^2 N p q)}{[(N-1)e^2 + z^2 p q]} = \frac{(1.96^2 \times 1184,497 \times 0.76 \times 0.24)}{[(1184,497 - 1) \times 0.10^2 + 1.96^2 \times 0.76 \times 0.24]} = 71.95 = 72 \text{ encuestas}$$

Por lo tanto “n” equivale a: 72 Unidades Muestrales

7) Análisis y evaluación de la encuesta

En esta parte se presentaran los resultados finales de la aplicación del cuestionario de la Encuesta para ambos segmentos de mercado en estudio: Nacional y Extranjero²⁹. De su aplicación se extrae el insumo más importante para el desarrollo del Proyecto, el denominado “Perfil del Turista”

A. RESULTADOS OBTENIDOS TURISTA NACIONAL

1. Municipio de residencia:

²⁹ Ver anexo 5: Tabulación de Resultados de las encuestas del Estudio Mercado Consumidor

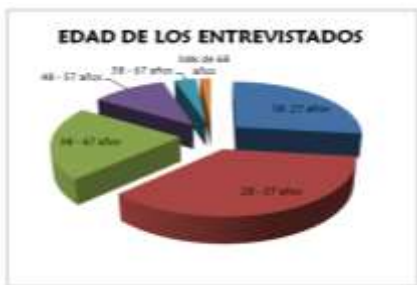
Municipio	Total	Porcentaje
San Salvador	20	16%
Apopa	8	6%
Ayutuxtepeque	2	2%
Cuscatancingo	4	3%
Delgado	8	6%
Ilopango	7	6%
Mejicanos	9	7%
Nejapa	2	2%
San Marcos	4	3%
San Martín	4	3%
Soyapango	15	12%
Tonacatepeque	6	5%
Antiguo Cuscatlán	2	2%
Colón	5	4%
Santa Tecla	6	5%
Ciudad Arce	4	3%
Quezaltepeque	3	2%
San Juan Opico	5	4%
Santa Ana	10	8%
Sonsonate	3	2%
TOTAL	126	100%



Al analizar el gráfico se observa que a nivel nacional más de la mitad de la población corresponde al departamento de San Salvador, esto es debido a su alto número de habitantes, por tanto es el segmento

más representativo y donde se pueden enfocar la mayoría de estrategias publicitarias. Las personas a encuestar fueron seleccionadas de aquellos municipios que se encuentran arriba del promedio de la zona urbana del país ya que el proyecto se llevará a cabo en una zona rural.

2. Edad:



Edad	Total	Porcentaje
18 - 27 años	34	27%
28 - 37 años	45	36%
38 - 47 años	27	21%
48 - 57 años	14	11%
58 - 67 años	4	3%
Más de 68 años	2	2%
TOTAL	126	100%

La edad de la mayoría de personas de esta zona se encuentra en el rango entre los 18 y los 57 años, enfocándose en la edad de entre los 28 y 37 años con más de un tercio de la población, a partir de esto se observa la necesidad de enfocar el

tipo de servicios turísticos a personas de esta edad, tomando en cuenta sus hábitos y preferencias. Las campañas publicitarias

deberán ser enfocadas a lugares y zonas donde las personas de esta edad acostumbren visitar con más frecuencia y utilizar los medios de comunicación adecuados y en franjas de programación idóneas.

3. Género:

Edad	Total	Porcentaje
Masculino	48	38%
Femenino	78	62%
TOTAL	126	100%

Según el estudio la mayoría es decir un 62 % de la población es femenina, por tanto es necesario tomar en cuenta este aspecto para enfocar campañas publicitarias en espacios dirigidos a este sector; y poner atención en el comportamiento la toma de decisiones en cuanto a tema turísticos por parte de las mujeres.; y la predominancia a la hora de decidir un destino. Este dato es importante al momento de establecer el perfil del turista y establecer que componentes se deben incluir en el producto turístico.



4. Nivel de estudio:

Edad	Total	Porcentaje
Universitario	70	56%
Bachiller	32	25%
Técnico	15	12%
Tercer ciclo	7	6%
Primaria	2	2%
Sin Estudio	0	0%
TOTAL	126	100%



Más de la mitad un 56% de la población posee estudios universitarios, es decir que el nivel educativo es elevado; la población con nivel educativo de bachillerato también es significativo con un 25%; esto señala que las campañas pueden ser diseñadas de tal forma que el lenguaje, términos y expresiones sean adecuadas para personas con alto nivel de alfabetismo.

5. Ocupación:

Edad	Total	Porcentaje
Empleado sector formal	46	37%
Empleado sector informal	21	17%
Estudiante	20	16%
Jubilado	8	6%
Negocio Propio	22	17%
Desempleado	9	7%
TOTAL	126	100%

En la zona encuestada el 37% de los habitantes son empleados del sector formal es decir que cuentan con un empleo fijo, con prestaciones de ley y que tiene derecho a vacaciones durante el año. Otro sector donde es importante enfocarse en los que tiene negocio propio ya que pueden tomar más vacaciones al año y en distintas épocas; mientras que en el

sector estudiantil ya esta definidas las épocas en la cuales están de vacaciones.



6. Cuantos miembros componen su grupo familiar:

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
2	13	10%
3	60	48%
4	38	30%
5	8	6%
6	4	3%
7	2	2%
8	1	1%
más de 8	0	0%
TOTAL	126	100%

En esta zona de estudio los grupos familiares están conformados en su mayoría (48%) por 3 individuos y por 4 individuos (30%), es notable que la familias son pequeñas, por tanto este punto es importante para definir paquetes turísticos, que sean enfocados principalmente para grupos de 3 y 4 individuos. Este dato también es



importante para obtener una cantidad estimada de personas que podrían ser parte del mercado consumidor del producto turístico.

7. ¿Con quienes acostumbra practicar actividades turísticas tanto dentro como fuera del país?

Respuesta	Cantidad	% relativo
Solo	2	2%
Pareja	17	14%
Familia	69	58%
Amigos	31	26%
Otro	0	0%
TOTAL	119	100%



La mayoría de personas (84%) de los habitantes practican actividades turísticas con la familia y amigos; siendo predominante las visitas con la familia (58%), por tanto es necesario enfocar paquetes y promociones destinados a la familia, así como incluir este concepto en la campaña publicitaria, y al momento de elegir los medios de comunicación.

8. ¿Cada cuanto tiempo practica actividades turísticas dentro del país?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Semanal	28	24%
2 veces al mes	11	9%
1 vez al mes	23	19%
1 vez al año	22	18%
Solo en vacaciones	33	28%
Otro	2	2%
TOTAL	119	100%

En esta zona no se distingue una preferencia clara en cuanto al número de visitas turísticas que hacen los habitantes, entre las que más se distinguen es que practican turismo más que todo en vacaciones esto va enfocado más que todo a

los empleados del sector formal. Mientras que las personas que hacen turismo cada semana son personas con negocios propios o jubilados. Un porcentaje importante (19%) dice que hace turismo



1 vez al mes y un 19% lo hace una vez al año, estos casos hay que prestar atención porque se practica turismo tan pocas veces y definir campañas para aumentar este número de visitas por año.

9. ¿Cuáles de los siguientes lugares visita con más frecuencia cuando practica turismo en el país?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Playas, ríos y lagos	43	36%
Montañas y senderos sitios	24	20%
Parques acuáticos	19	16%
Pueblos coloniales	22	18%
Sitios arqueológicos	9	8%
Otro	2	2%
TOTAL	119	100%

En esta zona los habitantes visitan con más frecuencia playas, ríos y lagos esto se debe a que en la zona el turismo más popular es el convencional. Aunque es importante notar que el turismo de montaña también es bastante representativo con un 20% de la población total, por tanto es importante poner atención en que características de estos tipos de turismo atraen más a los visitantes.



Otros lugares que son visitados con frecuencia son los pueblos colonial (18%) seguido de los parques acuáticos tanto dentro como fuera de los municipios centrales.

10. ¿Cuáles de las siguientes actividades turísticas practica con más frecuencia?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Montañismo	9	8%
Acampar	7	6%
Cabalgata	4	3%
Rafting	1	1%
Paseos en lancha	12	10%
Surfing	4	3%
Gastronomía	28	24%
Descanso	30	25%
Canopy	4	3%
Observación flora y fauna	16	13%
Actividades agropecuarias	3	3%
Otro	1	1%
TOTAL		100%



Las

actividades que más se practican actualmente, es el descanso, Gastronomía, Observación de flora y fauna, Paseos en lancha, entre otros. De manera que deben ser estudiadas para ver la factibilidad de que sean incluidas dentro de la gama de servicios de Turismo Rural Comunitario a ofrecer.

11. ¿Cuánto gasta en promedio por persona en sus salidas turísticas?



Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Menos de \$50	69	55%
\$51-\$100	44	35%
\$101-\$150	10	8%
\$151-\$200	3	2%
\$201-\$250	0	0%
\$251-\$300	0	0%
Más de \$300	0	0%
TOTAL	126	100%

Más de las mitad de los habitantes el 55% gasta en promedio por persona al día en actividades turísticas menos de \$50.00, mientras que solo un

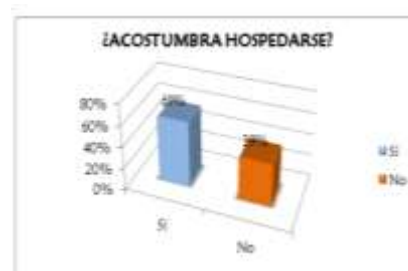
35% gasta entre \$51 y \$100, por tanto hay que tomar en cuenta estos parámetros para la definición de precios de

los servicios de Turismo rural.

12. Cuando sale a lugares turísticos en el país. ¿Acostumbra hospedarse en estos lugares?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	72	61%
No	47	39%
TOTAL	119	100%

Es notable que 6 de cada 10 personas (61%) acostumbran hospedarse en los lugares turísticos que visita, mientras que el 39% prefiere solo hacer visitas de un día, es decir que a estas personas no les interesa el servicio de alojamiento y se enfocan a actividades de día y a actividades alimenticias.



¿Cuántos días se hospeda?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
1	40	56%
2	26	36%
3	6	8%
4	0	0%
TOTAL	72	100%

Del número de personas que acostumbran hospedarse en los lugares turísticos se tiene que el 56% prefiere hospedarse solamente una noche mientras que el 36% prefiere quedarse 2 noches, esto depende de las actividades y atractivos que ofrezca el lugar, que puede hacer que las personas decidan quedarse más noches en el alojamiento.



13. ¿Conoce usted que es "Turismo Rural"?

Para el efecto de estudio, se estableció conveniente saber qué porcentaje de personas conocían o habían oído escuchar del término. El 58% manifestó conocerlo, ante un 42% que no.

Respuesta	Cantidad	%
Si	69	58%
No	50	42%
Total	119	100%

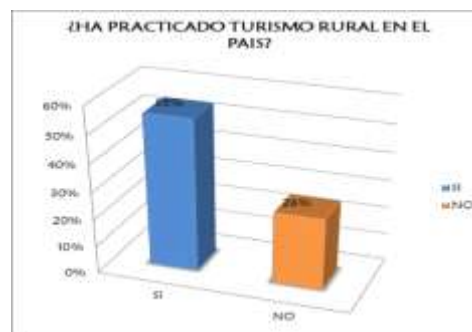


Es lógico considerar este comportamiento, dado que es una modalidad incipiente en el país, pero es conveniente que para la población que no conoce el término se podrían realizar campañas publicitarias para conocer la definición así como, los beneficios que este tipo de turismo.

14. ¿Ha practicado Turismo rural dentro del país?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	47	55%
No	22	26%
Total	69	81%

Los habitantes expresaron que solo el 55% es decir 5 de cada diez personas han visitado lugares denominados de Turismo Rural en el país. Por tanto



es importante considerar este dato ya que no es muy bajo el % de individuos que están visitando estos lugares. Los principales lugares que las personas encuestadas mencionaron que visitan con más frecuencia se

encuentran: Ruta de las Flores, El Pital, Miramundo, El Imposible, Lago Coatepeque, Meanguera del Golfo, Boquerón, Bosque el Imposible, Ataco y Apaneca.

15. En una escala del 1 al 5 ¿Qué lo motiva a visitar este tipo de turismo?
(1 define la actividad que más lo motiva y 5 la que menos lo motiva)

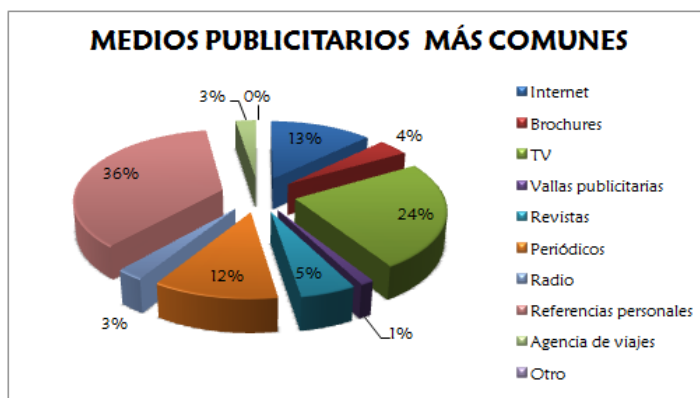
Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Conocer fauna y flora	22	28%
Ambiente de paz y tranquilidad	17	22%
Coconer actividades agropecuarias/ agroindustriales	8	10%
No contamina el ambiente	15	19%
Mayor contacto con la naturaleza	2	3%
Es más relajante	13	17%
Es educativo	1	1%
TOTAL		100%



En este punto se tomó para graficar las motivaciones que el entrevistado calificó como los más importantes o como la que más toma en cuenta en los lugares de Turismo rural que visita. Entre los que más toma en cuenta son como primer punto Conocer Flora y Fauna (28%) seguida poder estar en un ambiente de paz y tranquilidad (22%) y sentir que No contamina el ambiente (23.19%). Estos tres elementos son los que más valoran las personas, por tanto son aspectos que se deben tomar en cuenta para la definición de los servicios a ofertar. Asimismo hay que asegurar que en las instalaciones se cuenten con los recursos necesarios para cumplir con las características del servicio que exige el cliente. Otro aspecto que también se toma en cuenta es que se toma como un turismo más relajante en comparación con los otros tipos de turismo.

16. ¿Por qué medio se enteró de la existencia de estos lugares?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Internet	10	13%
Brochures	3	4%
TV	19	24%
Vallas publicitarias	1	1%
Revistas	4	5%
Periódicos	9	12%
Radio	2	3%
Referencias personales	28	36%
Agencia de viajes	2	3%
Otro	0	0%
TOTAL	78	100%



Los medios por los cuales las personas se informan principalmente acerca de lugares turísticos son: la referencias personales (amigos y familiares) con un 36% seguida de la televisión (24%) e internet(13%). En la actualidad el internet esta tomando fuerza como informativo en cuanto a los temas turísticos, a medida aumenta el acceso a internet por la población; aunque el elemento fundamental como se observa es dar una buena imagen a la personas ya que ellas al comunicarse se vuelven nuestro medio de comunicación.

17. ¿De cuántos días es su estadía en estos lugares?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Menos de un día	51	65%
2	22	28%
3	5	6%
Otro	0	0%
TOTAL	78	

Las mayoría de personas (65%) no se aloja en los lugares turísticos prefiere solo practicar actividades de día y quedarse solamente un día mientras que el 28% se quedan dos días y hacen uso del servicio de alojamiento o de camping. A estas personas es necesario ofrecerle los tres tiempos de comida, y elaborar paquetes turísticos en base a sus preferencias de estadía.



18. ¿Con que frecuencia visita estos lugares turísticos?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
2 veces al mes	2	3%
1 vez al mes	20	26%
1 vez al año	20	26%
Solo en vacaciones	34	44%
Otro	2	3%
TOTAL	78	100%

Los lugares de Turismo rural son visitados más que todo en época de vacaciones (44%), por tanto es necesario enfocarse a prestar este servicio en esta época pero también,



definir estrategias para hacer que las personas visiten más los lugares y vivir una experiencia en el medio rural.

19. ¿Estaría dispuesto a vivir nuevas experiencias de Turismo rural en el país?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	74	95%
No	4	5%
Total	78	100%



Al preguntarles a las personas su disponibilidad para vivir una nueva experiencia en turismo rural, se muestra que en su con un 95% están dispuestas a experimentarla.

20. ¿Por qué motivos no ha practicado turismo rural?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
No le llama la atención	4	9%
Porque no lo conoce	29	63%
Por lejanía a su residencia	2	4%
Por falta de atractivos	2	4%
Por inseguridad en el país	5	11%
Difícil acceso	4	9%
Otro	0	0%
TOTAL	46	100%



Los principales motivos que expresan las personas por no practicar turismo rural son: primero porque desconocen en que consta este tipo de turismo; el mayor porcentaje de personas lo desconoce (63%), siendo la causa raíz. Mientras que seguido está el motivo que no les llama la atención ya

que prefiere otro tipo de actividades turísticas (9%). Otro porcentaje significativo no lo practica ya que expresa que la mayoría de lugares de este tipo son de difícil acceso (9%) y con altos niveles de inseguridad (11%). Por tanto es importante tomar en cuenta estos aspectos y combatirlos para que las personas opten por este tipo de turismo. Otros aspectos como la falta de atractivo y la lejanía son aspectos que también se mencionan como barreras para visitar estos lugares.

21. ¿Estaría dispuesto a practicar el turismo rural?



Respuesta	Cantidad	%
Si	34	92%
No	3	8%
Total	37	100%

La disponibilidad de las personas que no han visitado lugares turismo rural, a visitarlos, es de un 92% es decir que pueden cambiar su forma de pensar y optar por el turismo rural siempre y cuando se solucionen las principales situaciones que hacen que no lo practiquen actualmente.

22. ¿Qué servicios espera encontrar en un lugar denominado de Turismo Rural

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Restaurante	38	22
Cabalgatas	9	5
Miradores	15	9
Actividades agropecuarias	31	18
Paseos en lancha	15	9
Caminatas	4	2
Actos culturales	15	9
Hospedaje	22	13
Artesanías	24	14
TOTAL		100

Entre los principales servicios y características están, servicios de restaurante (22%), actividades agropecuarias (18%), Hospedaje (13%) y artesanías (14%) estos son los elementos que las personas los



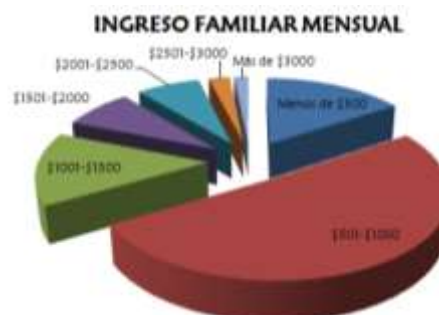
consideran como básicos para vivir una experiencia en turismo rural.

En este caso deben de considerarse cada uno de estos aspectos e incluirlos en el servicio a ofrecer ya que son fundamentales para las personas de esta zona; ya que fundamentalmente se busca un lugar lleno de fauna y vegetación, con servicios de restaurante con gastronomía propia de la zona, poder conocer actividades agropecuarias y semi industriales así como cultivos y ventas de artesanías, también se presenta la necesidad de que se preste asistencia por medio de guías turísticos.

23. ¿A qué rango corresponde el promedio de ingresos familiares mensuales?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Menos de \$500	20	16%
\$501-\$1000	64	51%
\$1001-\$1500	18	14%
\$1501-\$2000	10	8%
\$2001-\$2500	9	7%
\$2501-\$3000	3	2%
Más de \$3000	2	2%
TOTAL	126	100.00%

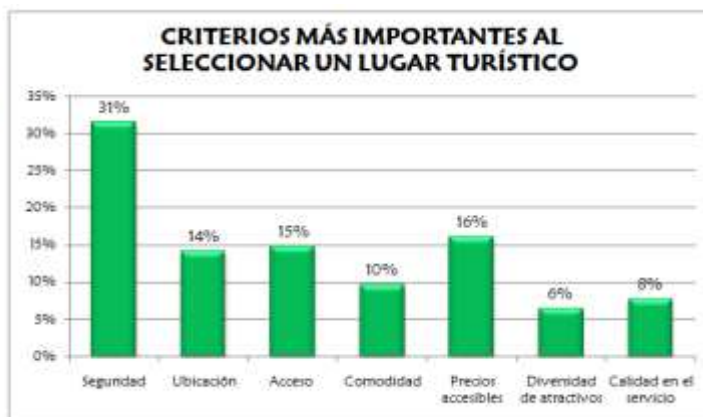
En este sector el 51% de los ingresos familiares rondan el rango de \$501 a \$1000. Por tanto es necesario acomodar paquetes, y precios de los servicios turísticos, al rango de ingresos de los habitantes, y al poder adquisitivo que presentan,



asegurando así que el destino turístico sea accesible para la mayoría de la población en estudio.

24. Seleccione 3 criterios, los cuales son más importantes para usted al momento de seleccionar el sitio turístico que desea visitar.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Seguridad	49	31%
Ubicación	22	14%
Acceso	23	15%
Comodidad	15	10%
Precios accesibles	25	16%
Diversidad de atractivos	10	6%
Calidad en el servicio	12	8%
TOTAL		100%



Entre los criterios más importantes y decisivos al momento de tomar la decisión de visitar un lugar de Turismo rural se mencionan: la seguridad que se ofrezca en la zona (31%), seguido de los precios accesibles con un 16% de importancia, estos precios deben de estar de acuerdo a los rangos que las personas están dispuestas a pagar. Otros aspectos importantes son la ubicación (14%) y el acceso (15%) a las instalaciones del lugar; ya que el tipo de transporte puede ser un impedimento serio si las condiciones de acceso no son adecuadas. La comodidad con un 10% de importancia es un aspecto que también se valora al tomar la decisión.

25. ¿Conoce donde está ubicado el Municipio de Tecoluca?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
SI	41	52%
NO	37	48%
TOTAL	78	100%

Para efectos del estudio se pregunta qué porcentaje de la población de esta zona conoce o ha escuchado sobre el Municipio, y se tiene que en la zona urbana

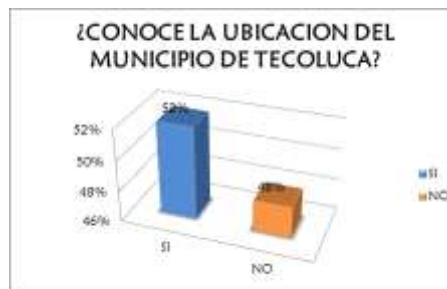
solo el 32% de las personas lo ha oído mencionar, mientras que el resto de la población no lo conoce.



26. ¿¿Ha escuchado sobre atractivos turísticos del Municipio de Tecoluca?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	25	32%
No	53	68%
Total	78	100%

La mayoría de las personas no conoce los atractivos del municipio (68%), ha escuchado del Municipio, pero no así de su oferta turística. Ante un 32% que si ha oído hablar de ellos.



27. ¿Por qué medio se enteró de los atractivos turísticos del Municipio?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
TV	0	0%
Vallas publicitarias	1	4%
Periódicos	5	20%
Radio	2	8%
Referencias personales	15	60%
Otro	2	8%
Total encuestados	25	100%

Al preguntarle a las personas que manifestaron haber escuchado sobre los atractivos turísticos, porque medio se enteraron expresan que es por referencias personas con un 60% del total, seguido por la radio (8%) y vallas publicitarias (4%); por tanto actualmente el mayor medio de comunicación son las personas que visitan la zona y que transmiten la experiencia.



28. ¿Ha visitado lugares turísticos del Municipio de Tecoluca?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	15	60%
No	10	40%
Total	25	100%

Según los datos obtenidos se muestra que de las personas que han escuchado acerca del Municipio de Tecoluca el 60% ha visitado sus lugares turísticos, entre los lugares que más han visitado son la bocana del Rio Lempa, Isla Tasajera, La pita; así como también el parque Tehuacán.



2. RESULTADOS OBTENIDOS ENCUESTA TURISTA EXTRANJERO

1. Nacionalidad:

Al analizar el grafico se puede observar la diversidad de nacionalidades que participaron de la encuesta, en su mayoría fueron Centroamericanos (31%), Estadounidenses (28%), turistas Europeos (22%), destacándose entre estos los países Inglaterra e Irlanda, le siguen la categoría otros con el 19%, entre estos países se encuentran México, Puerto Rico, Venezuela y Canadá. Esto nos permite tener una visión más clara sobre las llegadas de visitantes por región de residencia.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
EUA	20	28%
Europa	16	22%
C.A	22	31%
Otros	14	19%
Total	72	100%

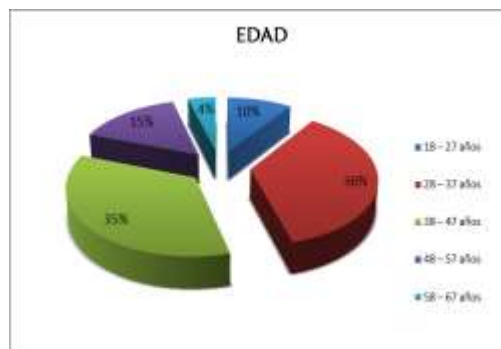


2. Edad:

La edad de la mayoría de los turistas extranjeros se encuentra en el rango entre los 28 y los 37 años, enfocándose en este dato existe la necesidad de enfocar el tipo de servicios en turismo rural a personas adultas-jóvenes, tomando en cuenta sus hábitos y preferencias.

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
18 – 27 años	7	10%
28 – 37 años	26	36%
38 – 47 años	25	35%
48 – 57 años	11	15%
58 – 67 años	3	4%
Total	72	100%

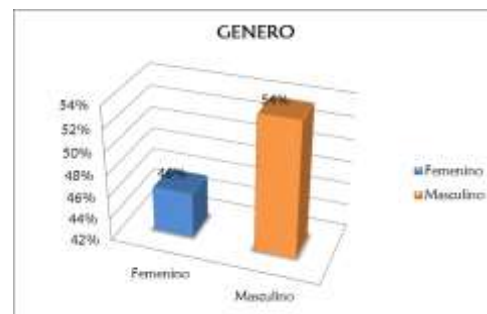
Los esfuerzos publicitarios deberán enfocarse a los medios donde las personas de esta edad estén acostumbradas a utilizar para escoger un destino, sobretodo el internet, revistas especializadas en turismo, tour operadores/agencias de viajes y Ferias.



3. Género:

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Femenino	33	46
Masculino	39	54
Total	72	100

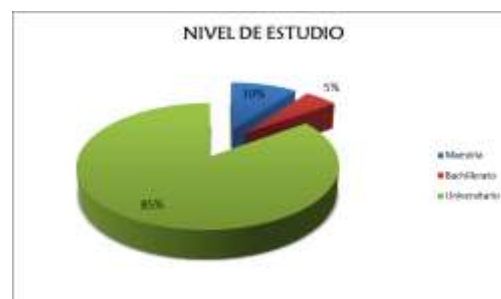
Según el estudio la mayoría de extranjeros es decir un 54 % consiste en población masculina, por tanto es necesario tomar en cuenta este aspecto para enfocar campañas publicitarias en espacios dirigidos a este sector; para incidir a la hora de decidir un destino. Este dato es importante al momento de establecer el perfil del turista y establecer que componentes se deben incluir en el producto turístico.



4. Nivel de estudio:

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Maestría	6	10
Bachillerato	3	5
Universitario	51	85
Total	60	100

El nivel de estudio que poseen los visitantes extranjeros en su mayoría un 85% de la población posee el grado de universitario y un 5% con estudios a nivel de Bachillerato (2nd), seguida muy de cerca por el número de personas con nivel de Maestría (10%); es decir que el nivel educativo que presentan están en el nivel superior, ya que por su naturaleza la mayoría de los países desarrollados, invierten en elevar el nivel académico de su población. Esto señala que las campañas deben de ser diseñadas de tal forma que se adecuen a un nivel de conocimientos superior.



5. Ocupación:

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Empleo Fijo	48	67
Negocio Propio	21	29
Estudiante	3	4
Total	72	100

Al ser una pregunta abierta este segmento, mostro una diversidad de ocupaciones relacionadas al

nivel académico detallado. Principalmente en su mayoría son empleado del sector formal es decir que cuentan con un empleo fijo (67%), seguido muy de cerca por las personas con negocio propio (29%) quienes pueden tomar más vacaciones al año y en distintas épocas; y se tiene la categoría de los estudiantes (4%), quienes tienen definidas las épocas en la cuales están de vacaciones.



Entre las ocupaciones encontramos: Arquitecto, Enseñanza del idioma español, Asistente médico, Gerente de proyecto en proyectos culturales, Health Manager, Community development worker, Library Assisitant, Software Engineer.

6. ¿ Ha visitado el país anteriormente?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	38	53
No	34	47
Total	72	100



El 53% de los encuestados ya ha visitado el país en ocasiones anteriores, de manera que resulta ser importante considerar las perspectivas y expectativas sobre este tema, ya que con esta información se podría tomar ideas para crear nuevos lugares turísticos que interesen a los extranjeros.

7. ¿Cuál es el motivo de su visita actual?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Turismo	54	75
Negocios	7	10
Estudio	3	4
Voluntariado	8	11
Total	72	100

La mayoría de las personas (75%) indicaron que el motivo de su visita al país es para practicar el turismo; los extranjeros que vienen al país para realizar voluntariado representan el 11%, las personas que vienen hacer negocio forman el 10%, seguido por el 4% que indica las personas que por motivos de estudio nos visitan.



8. ¿Ha realizado turismo en el país?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	64	89
No	8	11
Total	72	100

El 89% de los encuestados ha manifestado haber practicado alguna modalidad de turismo en el país, respecto a un 11% que no lo ha hecho. Es un dato interesante para conocer la efectividad de las estrategias publicitarias dentro del país.



9. ¿Con quienes viene a practicar actividades turísticas?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
En pareja	16	25
En familia	27	42
Grupo de amigos	21	32
Total	64	100

La gran mayoría practican actividades turísticas con la familia (42%), grupo de amigos (32%), con la pareja (25%), por tanto es necesario enfocar paquetes y promociones destinados a la familia, así como incluir este concepto en la campaña publicitaria, y al momento de elegir los medios de comunicación.



10. ¿Cuáles de los siguientes lugares visita cuando practica turismo en el país?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Playas, ríos y lagos	27	38%
Pueblos coloniales	10	14%
Montañas y senderos	12	17%
Sitios Arqueológicos	3	3%
Pueblos rurales	12	12%
Total	64	100%

Los lugares que mayor frecuencia presentan son playas, ríos y lagos con un 38% del total de la muestra; Montañas y senderos con el 17%, Pueblos coloniales y rurales con el 14% y 12% respectivamente, por tanto es importante poner atención en que característica que reflejan los turistas extranjeros, ya que buscan una oferta diversificada de productos turísticos, asimismo es relevante hacer haciéndose notar principalmente la inclinación a modalidades que se desarrollan en el medio rural.



11. ¿Cuáles de las siguientes actividades turísticas practica con más frecuencia?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Montañismo	7	11%
Acampar	6	9%
Cabalgata	2	3%
Rafting	4	6%
Paseos en lancha	9	14%
Observación de flora y fauna	12	19%
Gastronomía	6	9%
Descanso	13	20%
Canopy	3	5%
Surfing	1	2%
Actividades agropecuarias	1	2%
Total	64	100%



Las actividades turísticas que más practican dentro del país, son todas aquellas actividades pasivas que les permitan el descanso en un 20%, seguido por la observación de flora y fauna en un 19%, paseos en lancha 14%, montañismo 11%, acampar y gastronomía con el 9% cada una, entre otras. Estas actividades deben ser estudiadas para ver la factibilidad de que sean incluidas dentro de la gama de servicios turísticos a ofrecer en esta propuesta.

12. ¿Cuánto gasta en promedio por persona por día en su salida turística?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
\$21 - \$ 50	22	34%
\$51 - \$100	25	38%
\$101 - \$150	17	26%
Total	64	100%

El gasto promedio por persona al día en actividades turísticas, tiene un mayor porcentaje (38%) en un intervalo de \$51 y \$100,

seguido por menos de \$50.00, en un 34%, y gastos entre \$101 y \$150 en 26%. No se obtuvieron respuesta para los rangos que se definieron entre \$151 a \$300. Por tanto hay que tomar en cuenta estos parámetros para la definición de precios de los servicios turísticos a ofrecer ya que deben estar dentro del rango que están dispuestos a pagar los visitantes.

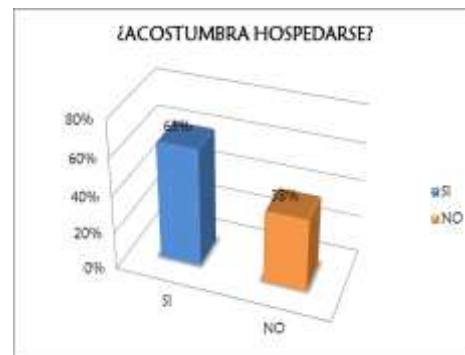


13. sale a lugares turísticos en el país. ¿Acostumbra hospedarse en estos lugares?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	40	63%
No	24	38%
Total	64	100%

Es notable que aproximadamente el (63%) de las personas acostumbra hospedarse en los lugares turísticos que visita,

mientras que el 38% prefiere solo hacer visitas de un día, es decir que a estas personas no les interesa el servicio de alojamiento y se enfocan a actividades de día y a actividades alimenticias.



¿Cuántos días se hospeda?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
2	8	20%
3	12	29%
4	8	20%
5	11	27%
7	2	5%
Total	41	100%

Del número de personas que acostumbran hospedarse en los lugares turísticos, se tiene que la mayoría (29%) se hospeda 3

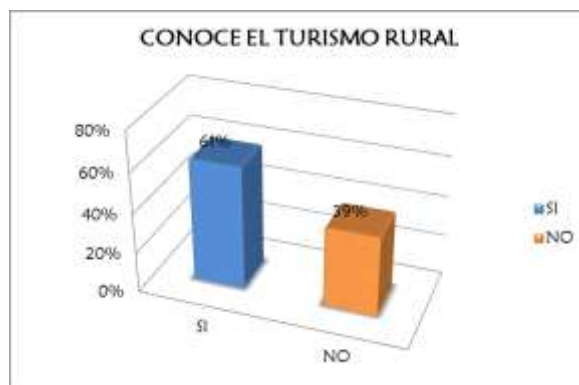


noches, seguido por un 27% que se hospeda 5 noches, mientras que el 20% prefiere quedarse 2 noches y 4 noches, esto depende de las actividades y atractivos que ofrezca el lugar, que puede hacer que las personas decidan quedarse más noches en el alojamiento. Por lo tanto es importante considerar dentro de la oferta de servicios turísticos, una serie de atractivos tanto diurnos como nocturnos que haga que las personas que visitan el lugar, quieran quedarse más noches.

14. ¿Conoce usted el “Turismo Rural”?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	39	61%
No	25	39%
Total	64	100%

Para el efecto de estudio, se estableció

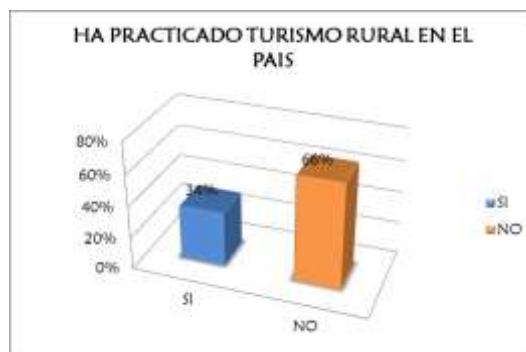


conveniente saber qué porcentaje de Turistas extranjeros conocían o habían oído escuchar de este término turístico. Ya que al ofrecer servicios de Turismo rural es necesario, saber qué expectativas tienen las personas respecto a ese concepto, que actividades contemplan dentro de este tipo de servicio. Y se tiene que la mayoría lo conoce (61%), sobretodo porque este tipo de individuos proviene de países Europeos donde es una modalidad reconocida dentro de la oferta turística. El 39% manifestó no conocerlo de manera que se deberá prestar atención en este punto para utilizar estrategias que impulsen este conocimiento.

15. ¿Ha practicado turismo rural dentro del país?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	22	34%
No	42	66%
Total	64	100%

La mayoría de los turistas extranjeros manifiestan que no han visitado lugares denominados de turismo rural en el país (66%),



mientras que el (34%) los han visitado. Por tanto es importante observar que la mayoría de personas que han visitado lugares con esta denominación lo han hecho porque tienen un concepto claro de lo que conlleva, dado que al preguntarles cuáles son algunos de los lugares que han visitado respondieron en su mayoría que habían visitado: Departamento de Cabañas –Ilobasco, Suchitoto- (8%), Departamento Morazán –Gotera- (7%), . Departamento Ahuachapan –Ataco- (3%), Departamento de Sonsonate (3%), otros Berlin, Departamento de San Miguel, Departamento Chalatenango, Departamento La libertad.

16. En una escala del 1 al 5 ¿Qué lo motiva a practicar este tipo de turismo? (1 define la actividad que más lo motiva y 5 la que menos lo motiva)

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Contacto con la naturaleza	7	32%
Conocer fauna y flora	2	9%
Ambiente de paz y tranquilidad	8	36%
Conocer actividades agropecuarias	4	18%
Conocer actividades agroindustriales	1	5%
Total	22	100%

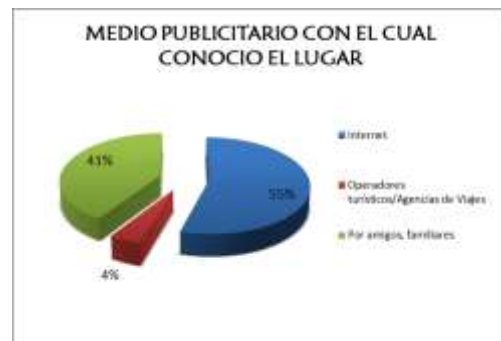


En este punto se tomó para graficar las motivaciones que el entrevistado calificó como los más importantes o como la que más toma en cuenta en los lugares de Turismo rural que visita. Entre los que más toma en cuenta son como primer punto Ambiente de paz y tranquilidad (36%), seguida por Contacto con la naturaleza (32%) y en tercer lugar Conocer actividades agropecuarias (18%), por último fueron valorados con menores porcentajes Conocer Flora y Fauna (9%) y Conocer actividades agroindustriales (5%). De manera que ante este panorama es importante considerar los 3 primeros como primordiales en la definición de los servicios a ofertar; asimismo se deberá asegurar que las instalaciones cuenten con los recursos necesarios para cumplir con las características del servicio que exige el cliente.

17. ¿Por qué medio conoció de la existencia de estos lugares?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Internet	12	55%
Operadores turísticos/Agencias de Viajes	1	5%
Por amigos, familiares	9	41%
Total	22	100%

Los medios por los cuales los



turistas extranjeros principalmente obtuvieron información acerca de los lugares de turismo rural que visitarán son: El internet (55%), la referencias personales con un (41%) seguida por operadores turísticos (5%). Por tanto en la actualidad el internet ha tomado fuerza como el informativo principal siendo un medio decisivo para el sector turístico, en cuanto a la referencias personales, el boca en boca, es una forma efectiva de atraer turistas, por tanto el elemento fundamental es ofrecer una buena imagen a la personas que visitan los lugares ya que ellas al comunicarse se vuelven nuestro medio de comunicación, llegando así más personas a los lugares.

18. ¿De cuántos días es su estadía en esos lugares?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Un día	9	39%
2 días y una noche	3	13%
3 días y 2 noches	10	43%
Total	23	100%

Las mayorías de turistas extranjeros (43%) y (13%) prefieren

hacer uso del servicio de alojamiento o de camping de 1 y 2 noches, el 39% solo practican actividades de día sin pernoctar en el lugar. Es necesario que al turista que se queda en el lugar, realizar las gestiones para facilitarle los tres tiempos de comida, asimismo elaborar paquetes turísticos en base a sus preferencias de estadía, para promover una oferta más atractiva.



19. ¿Por qué motivos no ha practicado turismo rural?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
No le llama la atención este tipo de turismo	6	15%
Por la inseguridad en el país	1	2%
Porque no lo conoce	24	59%
Por falta de atractivos	7	17%
otros	3	7%
Total	41	100%



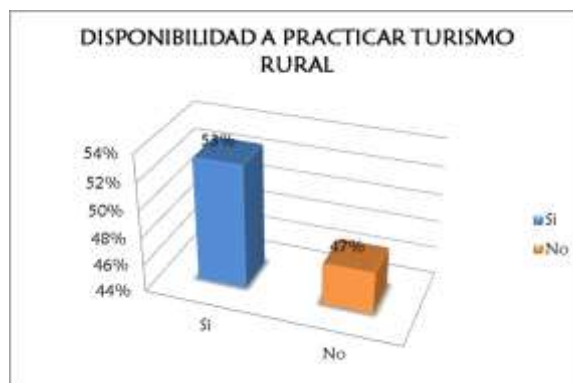
Los principales motivos que expresan los turistas extranjeros por los cuales no ha practicado el turismo rural en el país, son: primero porque desconocen en que consta este tipo de turismo (59%), siendo la causa raíz. Mientras que también consideran que la falta de atractivos minimiza el deseo de visitarlos (17%). Otras personas opinan que no lo practica ya que expresa que no le llama la atención este tipo de turismo (15%). En dato importante de destacar es que el factor inseguridad del país no es factor decisivo para acceder a los lugares (2%) Por tanto es importante tomar en cuenta estos aspectos y combatirlos para que las personas opten por este tipo de turismo. Otros aspectos como la falta de acceso y la lejanía son aspectos que también se mencionan como barreras para visitar estos lugares (7%).

20. ¿Estaría dispuesto a practicar el turismo rural?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	24	53%
No	21	47%
Total	45	100%

La disponibilidad de los turistas extranjeros que

no han visitado lugares de turismo rural a visitarlos, es de un 53%, optaran este tipo de turismo siempre y cuando se solucionen las principales situaciones que hacen que no lo practiquen actualmente. El 47% de los turistas no está interesado en practicarlo dentro del país, de manera que se deberán buscar estrategias que incidan en acortar esta brecha.



21. ¿Qué servicios espera encontrar en un lugar clasificado como Turismo Rural?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Restaurante	5	10%
Hospedaje	5	10%
Guías turísticos	5	10%
Camping	6	12%
Actividades agropecuarias	7	14%
Miradores	5	10%
Caminatas	7	14%
Artesanías	4	8%
Actos culturales	7	14%
Total	51	100%



Se preguntó tanto a las turistas extranjeros que ya practican turismo rural así como a las que todavía no lo hacen pero que expresan tener la disponibilidad de hacerlo, cuales son los servicios o características que esperan encontrar en un lugar denominado de turismo rural teniéndose los siguientes resultados:

Entre los principales servicios y características están, Actividades Agropecuarias (14%), Caminatas (14%), Actos culturales (14%), Camping (12%), Restaurantes, Hospedaje, Guías turísticos, Miradores cada uno con el 10%, Artesanías (8%), por tanto al observar este comportamiento expresado se ve un claro equilibrio entre los distintos servicios básicos, destacándose la acentuación en participar de actividades de naturaleza rural (actividades agropecuarias y actos culturales), de manera es necesario tener en consideración estos elementos como básicos para vivir una experiencia de turismo rural.

22. Seleccione 3 criterios, los cuales son más importantes para usted al momento de seleccionar el sitio turístico que desea visitar.

Entre los criterios más importantes y decisivos al momento de tomar la decisión de visitar un lugar turístico se mencionan: la calidad del servicio (25%), Diversidad de atractivos (25%), la seguridad

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Calidad en el servicio	13	25%
Seguridad	10	20%
Ubicación	3	6%
Precios accesibles	4	8%
Acceso	8	16%
Diversidad de atractivos	13	25%
Total	51	100%



del lugar (20%), el acceso (16%), de manera que es necesario tomar en cuenta estas tendencias para mejorar la oferta turística a desarrollar.

23. ¿Conoce donde está ubicado el Municipio de Tecoluca?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	4	8%
No	48	92%
Total	52	100%

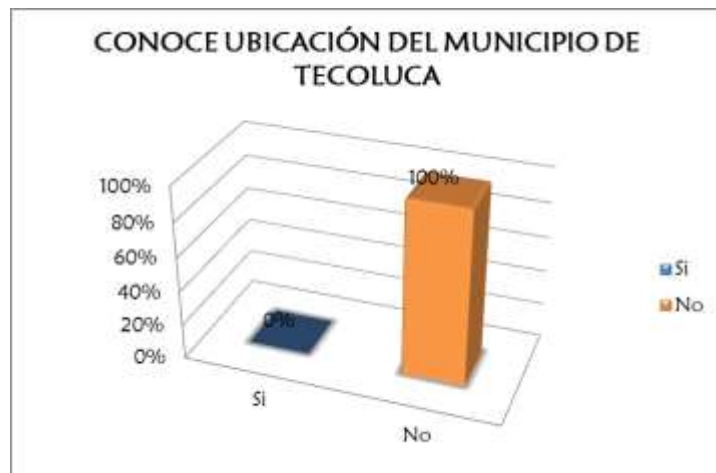
Se tiene que solo el 8% de los turistas conoce el Municipio, ya sea por diversas razones, lo han oído mencionar, lo han visitado, etc. Ante un 92% que lo desconoce.



24. ¿Ha escuchado sobre atractivos turísticos del Municipio de Tecoluca?

Respuesta	Cantidad	Porcentaje
Si	4	8%
No	48	92%
Total	52	100%

Al preguntarles a las personas que manifestaron conocer acerca de la ubicación del Municipio de Tecoluca, sobre si han escuchado sobre sus atractivos turísticos, el 100% declaro no haber escuchado de ello, de manera que incide en el hecho que tampoco lo hayan visitado. Es importante poner atención a este dato, dado que no se está aprovechando actualmente este segmento, es necesario formular estrategias para dar a conocerlos.



Las preguntas 25 y 26, quedaron sin respuesta dado que al no conocerse los atractivos del municipio, por ende no ha observado ninguna publicidad de los mismos y los ha visitado.

8) Perfil del Visitante de Turismo Rural Comunitario

I. NACIONAL

Área de residencia: Departamentos con mayores índices de urbanidad del país

Características demográficas

- Personas entre 18 y 47 años
- Género masculino y Femenino
- Nivel cultural alto e ingresos medios por encima de la media
- Nivel educativo avanzado o superior
- Empleado del sector formal, estudiante o con negocio propio
- Gasto promedio mayor que el de un no eco turista
- Grupo de 3 o 4 individuos por familia

Actividades que prefiere

Gastronomía
Descanso
Observación flora y fauna

Necesidades.

Seguridad
Precios Accesibles
Ubicación y fácil acceso a las instalaciones del lugar.
Comodidad

Elementos importantes al elegir el lugar de Turismo Rural

Lugar con abundante Fauna y vegetación
Actividades que no contaminen el medio ambiente
Ambiente de paz y tranquilidad que sea más relajante

Medio de comunicación por medio del cual se entera de Lugares Turismo Rural

Referencias personales
Televisión
Internet

Otra Información

Práctica de turismo con el grupo familiar
Visita lugares turísticos en época de vacaciones
Los visitantes se hospedan 1 día en los lugares turísticos
Entre los servicios que espera un turista son: guías turísticos, caminatas, actividades que se integren con la naturaleza.

II. EXTRANJERO

Área de residencia: País extranjero pernoctando al menos una noche

Características demográficas

Personas entre 28 a 37 años, el 36% de 38 a 47, el 35%
Género: 54% hombres y 46% mujeres.
Nivel cultural Alto
Nivel educativo Alto, el 85% de los turistas (informantes) es universitario de grado superior, el 10% universitario de Postgrado; el 5% tiene estudios secundarios;
El 96% de los turistas está OCUPADO; el 4% son estudiantes

Necesidades.

Seguridad y Comodidad
Ubicación y fácil acceso a las instalaciones del lugar de Turismo Rural
Diversidad de Atractivos
Calidad en el servicio

Elementos importantes al elegir lugar de Turismo Rural

Contacto con la Naturaleza (Flora y Fauna)
Conocer actividades Agropecuarias
Actividades que no contaminen el medio ambiente
Ambiente de paz y tranquilidad que sea más relajante

Medio de comunicación por medio del cual se entera de Lugares Turismo Rural

Internet

Referencias personales

Agencias de viaje/Tour operadores

Otra Información

El 89% de los turistas ya ha visitado con anterioridad El Salvador.

El 75% de los turistas viene por motivos de realizar turismo con familiares o amigos; el 10% por trabajo o negocios; el 4% por motivos de estudio y 11% por motivos de voluntariado.

Visita lugares turísticos en época de vacaciones

Los visitantes se hospedan en los lugares de Turismo Rural, el 43% de los turistas tiene una estancia de 3 días y 2 noches; el 39% de una noche; el resto de a lo más 2 noches.

Entre los servicios que espera encontrar un turista rural son: Actividades agropecuarias, culturales, guías turísticos, camping, hospedaje, restaurantes, caminatas, y otras actividades que se integren con la naturaleza.

Actividades que prefiere

Gastronomía

Acampar

Descanso

Observación flora y fauna

Montañismo

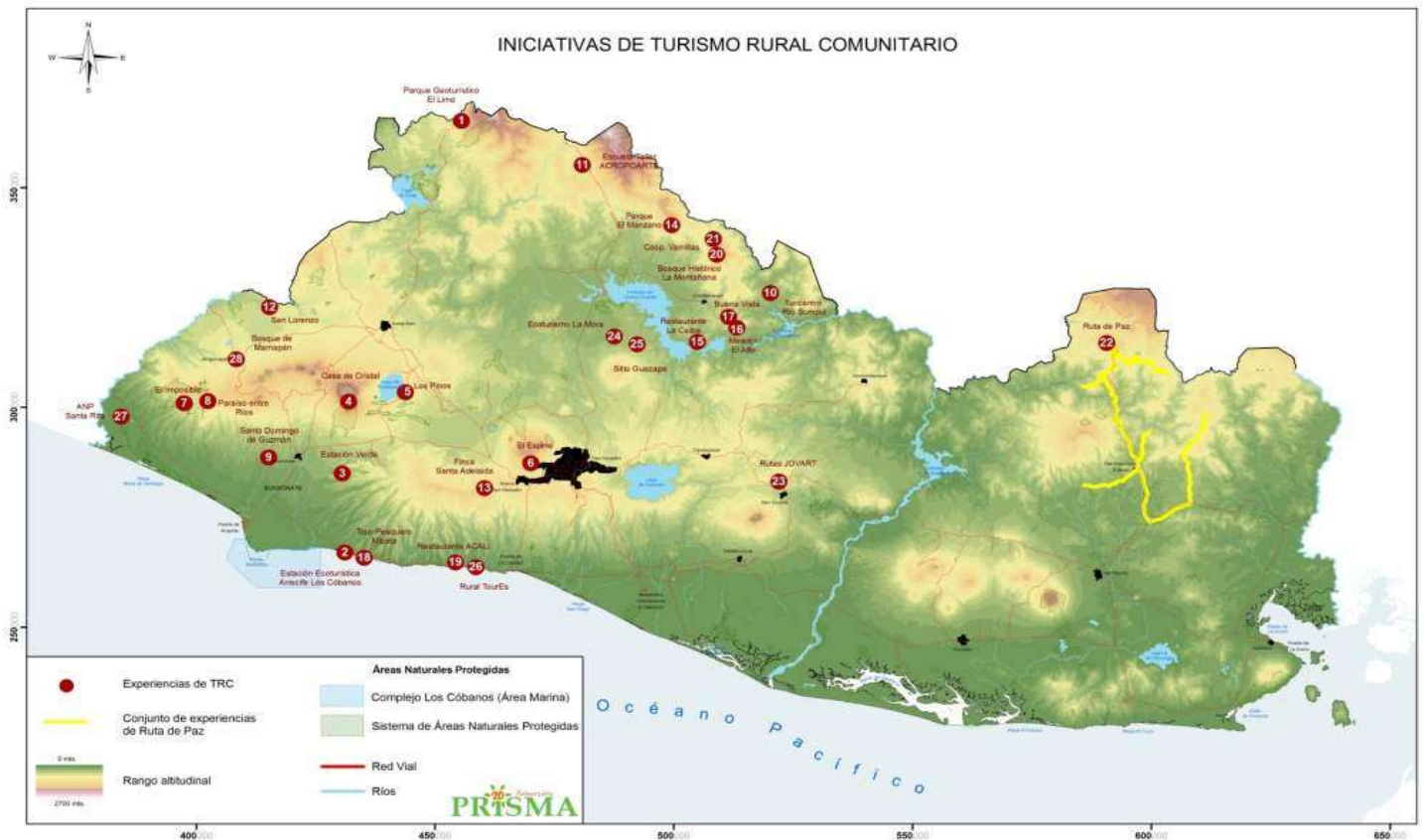
Paseo en lancha

b. MERCADO COMPETIDOR

La competencia directa está determinada por las diferentes iniciativas desarrolladas en la actualidad en la modalidad de Turismo Rural Comunitario.

En el caso de El Salvador, existen al menos 58 experiencias vinculadas a la modalidad de turismo rural comunitario y turismo de base local con diferentes grados de evolución. En mayo de este año 2012 la Mesa Nacional de Turismo Rural Comunitario con apoyo de MAG-PREMODER, lanzo una actualización del mapa de las iniciativas en esta modalidad, en el marco de proyecto de Dinámicas Territoriales, enfatizándose en la zona Occidental³⁰ contabilizando 28 casos (TRC y turismo de base amplia); 3 de los casos con articulación de servicios, según PRISMA, 2010 entre estas experiencias se destacan brevemente los casos de Suchitoto, Cinquera y Ruta de Paz para ilustrar el potencial que tienen estos modelos para el desarrollo sostenible y equitativo de los territorios rurales. Además, se incluyen los casos de la Cooperativa Los Pinos y la Cooperativa El Espino y la Red de Jóvenes de San Vicente, quienes han sido afectados fuertemente por la crisis agrícola y la falta de opciones productivas.

Fuente: PRISMA, MAG-PREMODER



³⁰ Zona de trabajo del programa MAG-PREMODER

A continuación se presentaran algunas de las experiencias más exitosas:

INICIATIVA	DESCRIPCIÓN	ADMINISTRACIÓN	LOCALIZACION	SERVICIOS TURISTICOS
Parque Ecoturístico del Bosque de Cinquera.	<ul style="list-style-type: none"> • 5 mil Hectáreas de bosque secundario en antiguas áreas de cultivo. • El Bosque de Cinquera es valorado porque garantiza la provisión de agua para las comunidades; además, tiene un valor simbólico ya que proporcionó refugio y sustento a los grupos de combatientes y población civil que se defendió de los ataques de la fuerza armada por más de una década. • Apropiación del bosque como patrimonio de los repobladores. • Organización comunitaria gestiona la actividad turística y el manejo sostenible de recursos naturales como opción de medios de vida. • En proceso de convertirse en parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas. • Lugar referente de la historia y cultura contemporánea en El Salvador. 	Asociación para la Reconstrucción y Desarrollo Municipal (ARDM)	Municipio de Cinquera	Oferta de senderos, camping, cabañas y miradores. Además, se exhiben vestigios de la vida de los campamentos guerrilleros.
Ruta de Paz	<ul style="list-style-type: none"> • Integra, a través del turismo, a siete municipalidades de zonas tradicionalmente marginadas de la vida productiva nacional, en el norte de Morazán • La Ruta de Paz promueve la belleza escénica, historia y cultura contemporánea a través de su propio tour operador Perkintours. • La lógica de ruta dinamiza la economía local: agricultura, turismo, artesanías y servicios ofrecidos por empresas locales y comunidades. <p>La oferta que promueve combina el atractivo de los bosques de coníferas y el Área Protegida del Río Sapo con la historia contemporánea, que se expresa a través del Museo de la Revolución, que recoge la memoria histórica de los actores de la guerra.</p>	Prodetur Perquín (asociación de desarrollo comunal formada por pequeños y micro empresarios y empresarias dueños de negocios de servicios como restaurantes y comedores, transportistas, guías turísticos y tiendas de artesanías.)	Norte de Morazán (comprendiendo 8 Municipios)	Oferta diversa: memoria histórica, belleza escénica, arte y cultura (Festival de Invierno).

	En el recorrido se puede visitar —El Sitio Histórico El Mozote, que es un monumento que recuerda a más de mil pobladores que perdieron la vida como producto de los operativos —tierra arrasada que efectuaba el Ejército en los años ochenta, como parte del combate al movimiento insurgente.			
Eco parque El Espino	<ul style="list-style-type: none"> • El Eco parque tiene 43 hectáreas de bosque de pino, ciprés, café y otros que le ofrecen al visitante un clima fresco y atractivo para relajarse en familia. • Se ubica en una zona conocida como —el pulmón de San Salvador, un área rica en recursos naturales dentro de la ciudad. • El parque surgió en mayo de 2005 para mantener el control de la tierra y generar una fuente de empleo para sus socios, donde la mayoría de ellos son personas de la tercera edad. • Cuentan con la ventaja que cualquier tipo de vehículo puede tener acceso hacia el recurso, y dentro de sus instalaciones poseen los servicios de primera necesidad ejemplo: agua potable, luz eléctrica, teléfono, desagüe etc. Al mismo tiempo poseen un acuerdo con la Politur que les da vigilancia constante los turistas. 	Cooperativa de Producción Agropecuaria El Espino de R.L.,	Ubicado en la falda sur-este del volcán de San Salvador, entre los municipios de Santa Tecla, Antiguo Cuscatlán y San Salvador.	Ofrece un mirador, senderos para hacer ciclismo de montaña, observación de diversidad de flora, fauna, admirar alguno de los respiraderos del volcán de San Salvador. Además se ofrecen servicios de alojamiento, alimentación y guiado, asimismo se pueden hacer recorridos donde se produce el café orgánico en la zona y comprar.
Los Pinos-Vista Al Lago	<ul style="list-style-type: none"> • La cooperativa Los Pinos tiene alrededor de 475 manzanas de terreno, de las cuales se destinan alrededor de 2 a 3 manzanas para el área del restaurante y de 4 a 5 manzanas para la Quinta; las manzanas restantes se utilizan para el cultivo del café. • El lugar se encuentra a unos cuarenta minutos de la capital y las vistas hacia el lago de Coatepeque y hacia la cadena volcánica son impresionantes, por lo que se han construido varios miradores. • Le ha permitido a la cooperativa diversificar los medios de vida de sus asociados, complementando los ingresos del café y generando empleo para mujeres y jóvenes. Además, la cooperativa destina el 10% de los beneficios a obras comunitarias. 	Cooperativa Los Pinos	El Congo, departamento de Santa Ana	Ofrecen los servicios de alimentación, guiado por el cerro hacia los miradores y paseos en lancha por el lago de Coatepeque. Asimismo de recorridos donde se produce el café en la zona y comprar el producto en el restaurante.

	<ul style="list-style-type: none"> • La apuesta turística implica la restauración y conservación de los recursos naturales de la zona ya que son el principal atractivo de los visitantes. • Con la actividad turística la cooperativa asegura sus derechos de propiedad en una zona de alto valor inmobiliario. 			
Estación Verde	<ul style="list-style-type: none"> • Es una experiencia que surgió hace tres años, para aprovechar los recursos y bondades de la naturaleza, por parte de los residentes del cantón Plan de Amayo, en Caluco. Es un lugar que ofrece turismo rural comunitario a través de tres recorridos, para el deleite de los turistas. • La ADESCO cuenta con 4 guías turísticos capacitados para brindar un mejor servicio. • Los paseos en bicicleta de montaña que se ofrecen al turista se desarrollan por diferentes rutas rurales. El recorrido más largo dura dos horas y media, y finaliza en la cascada La Danta, donde los participantes pueden darse una zambullida y apaciguar el calor, mientras aprecian el hermoso paisaje. • Los amantes de las caminatas pueden recorrer el área natural protegida, que abarca 185 hectáreas y representa un reservorio de la flora silvestre. Allí, el turista encontrará 106 especies arbóreas, entre las que destaca el árbol nativo de Ojushte. Asimismo, 102 especies de aves, 12 especies de mamíferos y 20 especies de reptiles, entre otros animales. • El trayecto consiste en una caminata de aproximadamente 100 metros por los farallones. Una sensación espectacular, en la que si se tiene suerte se puede apreciar cotuzas, mapaches, serpientes y tigrillos. "Esta ruta también incluye el bosque primario, que es virgen y se ha destinado como área de descanso", explica Astul Chapetón, uno de los guías. 	Asociación de Desarrollo Comunal y Progreso Plan de Amayo (ADESCOSYPPA)	Caluco, Sonsonate	Tour en bicicleta (20 km aprox) Uso de pared para escalar los 3 lados Caminata guiada al Área Natural Protegida (ANP) de Plan de Amayo

Cooperativa Santa Adelaida	<ul style="list-style-type: none"> • Esta iniciativa se ha dedicado al cultivo de café orgánico, pero además cuenta con muchos recursos naturales que se están potencializando turísticamente. Hasta el momento no han empezado a ofrecer en un 100 por ciento sus servicios turísticos, pero es algo que los encargados desean hacer para tener otra fuente de ingresos para toda la comunidad. • Los recursos naturales con los que cuenta están: Bosque el Naranjal Cascada el Cinchal 1 y 2, y el Vivero de café. • Cuenta con un restaurante con capacidad máxima de 100 personas, con una cabaña amueblada para 4 personas, zona de camping, un beneficio de café, un salón usos múltiples para 125 personas, Estacionamiento para 100 vehículos y un área de camping. 	Cooperativa Santa Adelaida	Municipio de Comasagua, La Libertad	Tour guiado por la propiedad de la cooperativa (incluye observación de flora y fauna, recorrido por vivero y una cascada natural) Tour por las instalaciones del beneficiado del café Alimentación Camping.
Santo Domingo de Guzmán	<ul style="list-style-type: none"> • Actualmente Santo Domingo de Guzmán se encuentra entre los municipios a considerar como de alto potencial turístico debido a la riqueza en ríos, quebradas y elevaciones montañosas. • Una de las actividades económicas principales son las artesanías, encontrándose dentro de la oferta turista la visita a talleres de elaboración de piezas de barro. • Otro elemento importante del municipio es la conservación del idioma náhuatl, lengua que según ellos actualmente es enseñado en las escuelas de la ciudad con el objetivo de no dejar perder esta lengua. 	ADESCO Asociación Cultura y Turismo Wuiptzapan	Municipio Santo Domingo de Guzmán, Sonsonate	Tour guiado por la zona (visita de cascadas y talleres artesanales) Alimentación Recorrido por el río "Tepechapa, La poza Encantada.
Cooperativa Entre Rios.	<ul style="list-style-type: none"> • Cuenta con una propiedad de 459 manzanas de terreno, en la que se cultivan principalmente café, cítricos, nonis, tomate, chile verde, güisqui y granos básicos. • Nos muestra un proceso de reconversión productiva y diversificación de actividades. Del monocultivo se pasa a los cultivos frutales y de hortalizas, así como al cultivo 	Asociación Cooperativa Agropecuaria "Entre ríos de R.L" (ACPAER de R.L)	Concepción de Ataco	La oferta la constituye: alojamiento en el hostel, alimentación en el restaurante, miradores, cascadas, ríos y pozas y zonas de acampar.

	<p>orgánico; además pasa también al desarrollo del turismo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Busca aprovechar al máximo los recursos naturales con los que cuentan: bosques, saltos de agua, energía solar, etc. • El proyecto beneficia a las 52 familias de la comunidad ya que aunque no sean socios directos (socios son 38 familias), son invitadas a las diversas capacitaciones y talleres que brinda la cooperativa, ya que poseen pequeñas empresas familiares como granjas de pollo, pelibuey, crianza de conejos, ovejas, etc; y mejoran sus ingresos familiares al comercializar sus productos con los turistas 			
Cooperativa de Ostreros de Mizata	<ul style="list-style-type: none"> • Cooperativa cuenta con 21 socios (14 hombres y 7 mujeres) • Principal atractivo del lugar son sus playas de arena negra y con olas aptas para los amantes del surf. • Ha recibido apoyo de diversos proyectos CENTA, MAG, PREMODER que proporcionaron insumos y aperos de pesca, lancha, construcción de infraestructura del hostel. 	Cooperativa de Ostreros de Mizata	Teotepeque, La Libertad	Cooperativa especializada en la producción y extracción de ostras, por lo que ofrecen a sus visitantes un tour para conocer ambos procesos. Viajes en lancha, pesca artesanal, alojamiento (2 habitaciones)
Estación Eco-Turística “Arrecife Los Cóbano”	<ul style="list-style-type: none"> • Sus comienzos fue como proyecto de conservación para crear sensibilidad ambiental en la zona • Se ha realizado inversión en capital humano local: capacitación a guardarecursos, guías de turismo. • Ha existido una evolución en su desarrollo institucional. Evidenciándose por la conformación de una Tour Operadora: Los Cobanos Tours. • Se cuenta con alianzas con pescadores y restaurantes de la zona, estas vinculaciones locales han mejorado su oferta y garantizado la inclusión de otros actores beneficiados. 	Asociación de Desarrollo Comunal de Saneamiento Ambiental Playa Los Cóbano (ADESCOSAM Los Cóbano).	Cantón Punta Remedios caserío Los Cóbano.	Esta experiencia ofrece: Recorridos por la playa, observación de fauna y flora marina (ballenas, delfines..) y liberación de tortugas marinas. Snorkel al barco hundido “Sheriff Gone”. Servicio de planificación de tours, guiado por la zona y alimentación.

<p>Centro Turístico Puerto San Juan</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Este centro turístico se encuentra rodeado del entorno natural del hermoso lago de Suchitlán, se pueden hacer recorridos a través de él hacia Isla El Ermitaño, Isla de los Pájaros, hacia Copapayo- La Virgen de Santa Lucía e Isla El Ermitaño. • Gracias a la gestión municipal, se construyó este centro turístico en el cual los pequeños prestadores antes prestadores con pequeños comedores se convierten en pequeños restauranteros, estos firmaron un acuerdo, consistiendo básicamente en que los habitantes del lugar debían desalojarlo, la alcaldía debía reubicarlos en otro espacio y darles las escrituras de propiedad de ese nuevo lugar. Los vendedores tuvieron la opción de optar por apoyo para invertir en un negocio en el nuevo centro turístico o en la compra de una lancha. Es así como la mayoría adquieren sus locales en el Puerto San Juan y de ahí generar nuevas fuentes de empleo en esta alianza de las comunidades junto a la municipalidad. • Hoy en día es un complejo de restaurantes y artesanías atendido por los mismos pobladores con mejores condiciones. Puerto San Juan es un punto de atracción para todo tipo de público y la municipalidad obtiene ingresos derivados tanto del arrendamiento de los locales para negocios, como de la entrada que pagan los visitantes. 	<p>Alcaldía Municipal de Suchitoto, con participación del Comité de Desarrollo Turístico de Suchitoto (CODETURS).</p>	<p>Lago de Suchitlán, Suchitoto</p>	<p>La oferta que presentan está dada por alimentación (comidas típicas), paseos en lancha, servicio de ferry, áreas de descanso y venta de artesanías.</p>
<p>Parque de Montaña La Casa Cristal</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identificado como uno de los recursos naturales más importantes en la zona por su inmejorable ubicación entre los volcanes Izalco, Cerro Verde y Santa Ana, que integran una de las rutas turísticas más importantes y representativas en El Salvador. El parque ofrece la oportunidad única de poder disfrutar de estos impresionantes recursos naturales, del clima fresco, hermosos paisajes, de un ambiente tranquilo y de su gente. 	<p>Cooperativa ATAI SI</p>	<p>Cantón San Isidro, municipio de Izalco en Sonsonate.</p>	

ANEXO 3.2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN INTERNA ACTUAL DEL TURISMO EN EL MUNICIPIO DE TECOLUCA

1. SITUACIÓN INTERNA DEL MUNICIPIO DE TECOLUCA

a. Descripción del Municipio de Tecoluca

MARCO TERRITORIAL:

Sus puntos límites son: al Norte por el Municipio de San Vicente, al Sur por el Océano Pacífico, al Este por el Municipio de Jiquilisco (departamento de Usulután) y al Oeste por los Municipios de Zacatecoluca y San Luis la Herradura (ambos del departamento de La Paz). Posee una extensión territorial de 266.10 Kms² aproximadamente.

POBLACIÓN:

De acuerdo con el último Censo de población y vivienda del país, para el año 2007, la población del Municipio de Tecoluca era de 20,183 habitantes, de los cuales: 11,789 son de la zona urbana (58.41%) y 8,934 son de la zona rural (41.59%).

TABLA. Población Tecoluca.

POBLACIÓN				
URBANA		RURAL		TOTAL
Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	
5,858	5,931	4,171	4,223	20,183

Fuente: Censo Nacional VI de población y V de vivienda 2007. DIGESTYC, El Salvador.

FIESTAS PATRONALES:

Se celebran en honor al San Lorenzo Mártir, los días del 02 al 10 de Agosto, en estas fiestas se realizan ferias gastronómicas y artesanales.

ATRATIVOS TURISTICO:

1. Parque Tehuacán
2. Mar y Bocana del Lempa
3. Parque e iglesia (centro histórico de Tecoluca).
4. Festival del Maíz.
5. Hostal Lempa Mar, Parque Tehuacán, Río El Palomar.
6. Polígono Solidario: Biolac, Restaurante Chinchontepec
7. APRAINORES, SAMO
8. La Pita.
9. Isla de Montecristo: Playas Negras.
10. Isla Tasajera y Criadero de Tortugas.
11. Casa de Cultura Tecoluca.
12. Polideportivo Tecoluca.
13. Festival del Marañón.

14. Tienda de Productos Artesanías de Tecoluca.
15. Iniciativas Productivas de la MES.

RECURSOS NATURALES, CULTURALES, AGROINDUSTRIALES:

1. Bosque: Parque Tehuacán
2. Mar y Bocana del Lempa
3. Río El Palomar.
4. La Pita.
5. Montañas: Sector Zona Norte.
6. Procesión en lanchas y velas.
7. Fincas de Marañón Orgánico.
8. Invernaderos.
9. Río Angulo Poza.
10. Museo La Sabana.
11. Arqueología: Sitio Tehuacán
12. Isla de Montecristo: Playas Negras.
13. Isla Tasajera y Criadero de Tortugas.
14. Laguna Los Garrobos.
15. Ríos: Lempa, Agua Caliente, Río Grande.

Como dato importante es necesario detallar que este municipio es uno de los principales productores de marañón y sus derivados, tales como vinos, mermelada, semilla deshidratada, para el consumo nacional y de exportación; contando con varias fincas de Marañón Orgánico y fábricas procesadoras. Otro de los productos agrícolas con alto valor, es el cultivo de la caña de azúcar, la cual es realizada de manera orgánica, por lo que sus productos y sub productos tienen mayores estándares de calidad. A su vez este Municipio se destaca por una importante producción de lácteos con altos estándares y sellos de calidad, los principales lácteos son: quesos gourmet, crema y leche de buena calidad. Asimismo es importante señalar que el Municipio cuenta con varios invernaderos, una Planta Procesadora de Mariscos, el Polígono de la solidaridad, que es un proyecto con coordinación de CORDES que desarrolla diversas explotaciones Silvo-agropecuarias e industriales. Entre los principales lugares turísticos que actualmente se destacan son la Bocana del Rio Lempa, en la zona de la Pita, a lo largo de rivera se encuentran diversas iniciativas, entre ella el Hostal Lempa Mar, otro de los lugares insignia del Municipio es el Bosque y Sitio Arqueológico de Tehuacán dentro del Parque Eco turístico Tehuacán, Asimismo se están haciendo las gestiones para que se potencialice el turismo en la Fábrica de Marañón (APRAINORES), el Polígono Solidaridad y en el Museo La Sabana.

b. INSTITUCIONES A NIVEL LOCAL DE APOYO AL TURISMO

Comité de Desarrollo Turístico de Tecoluca (CDT)

Se hizo un esfuerzo por parte de la Alcaldía Municipal de Tecoluca, a través de la Asociación de Municipios Los Nonualcos, por crear el Comité de Desarrollo Turístico del municipio, mediante la participación de ONG's, instituciones locales de apoyo e iniciativas turísticas, conformándose en junio de 2011.

Surgió como el espacio facilitador que impulsa, articula, sensibiliza y socializa el desarrollo turístico del municipio de Tecoluca en coordinación con iniciativas privadas, gobierno local y nacional incidiendo en las políticas turísticas. En su creación se desarrolló una Planeación estratégica y operativa, enfocándose en las áreas de organización y gestión, Infraestructura, Sensibilización sobre cultura turística, capacitación del recurso humano en turismo.

Pero en la actualidad este comité no es funcional, dado que en su conformación no hubo participación de iniciativas turísticas de todas las zonas del Municipio, lastimosamente solo quedaron representantes de la zona central donde hay muy poco dinamismo en el tema turístico (Casa de la Cultura, el sacerdote, jefe de la policía y un transportista), de la zona norte y del Bajo Lempa (Z. sur) solo la Alcaldía con el Parque Tehuacán y el Hostal Lempa mar respectivamente. El problema que ha persistido es que no ha existido un liderazgo que conduzca el tema y lo desarrolle como tal, ya que en ese momento la presidencia quedo en manos de la Alcaldía por parte del Administrador del Parque, pero esta persona designada no pudo dedicar el tiempo necesario, asimismo los demás miembros no se comprometieron e involucraron para que esto se impulsara. Por parte del Comité en sus inicios si se llevaron a cabo algunas acciones siguiendo el Plan operativo (con calles y proyecciones), pero quedo en eso a unas cuantas, a las que no se les ha dado seguimiento, no lográndose concretizar el trabajo del comité.

Alcaldía Municipal de Tecoluca

La alcaldía ve en el tema turístico una apuesta al desarrollo económico del municipio, es parte de uno de los siete ejes que impulsa, esta entidad se involucra en todos los procesos que persiguen esta finalidad, así como participa de la Mesa de Turismo de los Nonualcos, ASOTURNONUALCOS, el Comité de desarrollo Turístico de Tecoluca (CDT).

Aunque no existe hoy en día en el municipio una organización fuerte que dinamice el sector, dado que el CDT no funciona, desde la alcaldía se está retomando el tema, entre las acciones particulares actualmente se encuentran:

- Se identificaron y se han potencializado desde 2010 3 destinos turísticos: 2 eco turístico (Parque Tehuacán y zona eco turística La Pita) y el agroturismo (iniciativas que apoya CORDES, Planta de procesamiento de marañón, lácteos, marisco, etc.; en esta parte se incorpora el tema de invernaderos, existen 4, uno dentro del Parque Tehuacán).

- Se ha tratado de reactivar el tema Histórico-Cultural, por el momento se está elaborando una memoria del Municipio sobre el tema (asentamiento, danzas, etc.). Asimismo ha fomentado la tradiciones, dado que en el municipio se desarrollan 2 Festivales al año: El del maíz y del Marañón, en el primero la Alcaldía apoya esta iniciativa del Instituto Nacional de Tecoluca³¹, en el caso del Festival del Marañón la Alcaldía lleva la batuta en su organización junto con otros actores (APRAINORES, MES, CORDES, Cooperativa de pescadores, productores agropecuarios, Comerciantes).
- Se promovió el tema de artesanías, apoyando con recursos monetarios y especies a la Tienda de artesanías administrado por no videntes, lastimosamente esta no ha tenido buenos resultados.
- Se ha iniciado con la conformación de una Tour operadora a nivel de todo el Municipio, para aprovechar el recurso de 8 jóvenes formados por el MITUR; se brindara un espacio Físico dentro del Parque Tehuacán.
- Paralelamente se quiere impulsar el trabajo de Guías Turísticos, formar una iniciativa con el fin de ofrecer paquetes de recorridos por las diferentes iniciativas, el municipio cuenta con 4 jóvenes acreditados como guías turísticos por el MITUR.

En cuanto al apoyo que reciben por parte de las Instancias del Gobierno, por parte del MITUR, han recibido apoyos puntuales, en la parte de señalización turística para la llegada al Parque Tehuacán y la zona eco turística de La Pita; el municipio participa de la Estrategia de Pueblos Vivos, encontrando apoyo en la parte de promoción, colocan en la página Web www.elsalvadortravel.com, la información que se proporciona sobre eventos turísticos en el municipio. En cuanto a la solicitud de capacitaciones, se externa que no cuentan con recursos, pero se ha tenido en cuenta al municipio y a la Región de los Nonualcos, en el acceso a la formación de Tour operadores y acreditación de guías turísticos, beneficiando a 12 jóvenes del municipio.

Retos a superar

Algunas dificultades que la Alcaldía ha detectado se encuentra que al no contar con una Unidad de Desarrollo económico, que dé seguimiento a los apoyos brindados o cuando se deja de apoyar en recursos a las iniciativas, estas tienden a decaer, en el caso de la Tienda de Artesanías.

La falta de un presupuesto designado para este tema, no permite se tenga un Plan realista de intervención y potencialización en el municipio.

La falta de potenciación de la Alcaldía a los verdaderos interesados (iniciativas, comunidades), en el fortalecimiento de la parte organizativa, estimulación a través de recursos, para que una vez termine el acompañamiento las iniciativas continúen y sean auto sostenible.

La falta de seguimiento por parte de las Autoridades en Turismo a nivel nacional, hacia las acciones que se están llevando a cabo limita el compromiso de los involucrados.

³¹ Es una de las tradiciones que el instituto celebra cada año para estimular a los estudiantes para seguir trabajando en este cultivo.

Mesa Permanente de Actores del Bajo Lempa (MESPABAL)

Es el referente territorial para la articulación de las políticas nacionales en esta zona del Bajo Lempa, fue formado por las municipalidades de Tecoluca, Jiquilisco, Zacatecoluca, San Luis La Herradura y varias organizaciones sociales que representan expresiones de base local en el año 2010, abriéndose de esta manera una nueva fase de construcción de la coalición territorial existente en la zona, reforzándose con la llegada al gobierno central del partido FMLN que cuenta con una amplia base social en la zona.

Su agenda se orienta alrededor de grandes temas del territorio priorizando la definición de una estrategia de desarrollo propia para vincularse con las propuestas de política que está definiendo el gobierno para la zona costera³² y encontrar alternativas sostenibles para el manejo del ecosistema de manglares, que es vital para la realización de actividades productivas, el control de inundaciones y conservación de biodiversidad. (Gómez, 2012)

Asimismo MESPABAL ha construido una estrategia de enlace permanente con instituciones de investigación, universidades, el MARN y la Secretaría Técnica de la Presidencia, quienes participan sus actividades, permitiendo un mejor flujo de información, canalización de demandas y construcción de acciones conjuntas entre gobierno y actores territoriales. (Gómez, 2012)

Esta coalición es también es un espacio para la negociación de conflictos de índole socio ambiental, específicamente por la contaminación y degradación de recursos producida por el cultivo de caña de azúcar. La acción de incidencia de MESPABAL y las acciones coordinadas que han estado realizando los ministerios de medio ambiente y de agricultura y ganadería para la introducción de la zafra verde con los grandes ingenios, ha permitido dar un paso más allá de la protesta y la denuncia hacia la formación de una agenda entre pobladores y gobierno central que busca generar cambios en las prácticas agroindustriales de este cultivo. (Gómez, 2012)

En cuanto a la agenda de turismo que abordan, en marzo de este año, junto a integrantes del Grupo Diálogo Rural (GDR) El Salvador entregaron al gobierno central una propuesta de desarrollo territorial en el marco de la estrategia de desarrollo de la franja costero marina y Fomilenio II denominado "Impulsando oportunidades para la población joven y las mujeres del territorio", recogiendo una serie de propuestas vinculadas a cuatro grandes áreas: Agricultura y ganadería; Pesca artesanal, acuicultura y manglares; Turismo local comunitario y Formación y capacidades. Siendo así que en el área de turismo para la zona, MESPABAL sugiere que se diseñe y se implemente un Plan Maestro de desarrollo sustentable de turismo para el Bajo Lempa; una organización comunitaria para la promoción de la educación ambiental; y la conformación de empresas locales comunitarias de servicios turísticos. (RIMISP, 2012)

³² Entre estas El Programa Nacional de Restauración de Ecosistemas y Paisajes que es parte de la Estrategia Nacional de Cambio Climático, la Estrategia para el Desarrollo de la Franja Costero Marina y el segundo programa FOMILENIO II, financiado con fondos del gobierno de los Estados Unidos a través de la Corporación para el Reto de Milenio o MCC.

2. SITUACIÓN ACTUAL DE LAS INICIATIVAS PRIORIZADAS

Para la elaboración de la Estrategia de Desarrollo de Turismo Rural Comunitario para el Municipio de Tecoluca, se optó por priorizar a 7 iniciativas turísticas, que tendrán lugar dentro de la misma, para ello se realizaron las siguientes acciones:

1. Se partió en un primer momento, con la revisión del inventario sobre los distintos atractivos Turísticos del Municipio, de manera que se seleccionaron aquellas iniciativas pertenecientes a Turismo Rural específicamente, sobre todo las que ya poseen una base en servicios de turismo (infraestructura, visitas de turistas, personal en el área, etc.), esto resultado de las visitas hechas a la zona.
2. Se realizaron entrevistas con 3 actores que participan en la actualidad activamente en el área turística del municipio, en este caso la Alcaldía Municipal de Tecoluca, Asociación de Turismo de Los Nonualcos y la Asociación Los Nonualcos, quienes dieron sus valoraciones respecto de cuáles deberían considerarse dado su potencial turístico en recursos y atractivos naturales, agroindustriales, historia, así como también infraestructura turística.

Es así como de esta manera se llegó a establecer el siguiente listado de iniciativas turísticas a estudiar y analizar:

INICIATIVAS PRIORIZADAS DATOS GENERALES

INICIATIVAS	ADMINISTRACION	LOCALIZACIÓN
PARQUE TEHUACAN	ALCALDIA	noreste de la ciudad
POLIGONO SOLIDARIDAD	CORDES Y COOPERATIVA DE LA JUVENTUD RURAL	EL PLAYON
PLANTA DE PROCESAMIENTO MARAÑON	APRAINORES	SAN CARLOS LEMPA
RESTAURANTE Y HOSTAL LEMPAMAR	ADESCO Lempa Mar	LA PITA
PLANTA DE PROCESAMIENTO DE MARISCOS	COOPERATIVA BOCANA DE LEMPA	LA PITA
HOSTAL Y RESTAURANTE MONTECRISTO	GRUPO ASOCIATIVO DE 4 FAMILIAS	ISLA MONTECRISTO
ZONA TURISTICA DE TASAJERA	COMITÉ TURISTICO DE TASAJERA	COMUNIDAD ISLA TASAJERA

Para conocer la situación actual de las iniciativas, se realizó una visita a cada una de ellas, se hizo uso de los instrumentos de recolección de información, Entrevista y Fichas de observación, que permitieron caracterizarlas.

a. ZONA TURISTICA DE TASAJERA

La isla de Tasajera se encuentra al Oriente de la Bocana El Cordoncillo, cuenta con un pequeño núcleo urbano donde las principales actividades económicas, de los empresarios isleños es que generan pesca artesanal, cultivos de moluscos y de camarones, uno de los más importantes atractivos naturales de la Isla es contar con una buena porción de bosque salado.



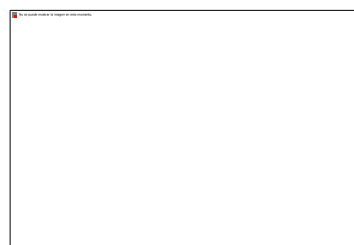
INICIATIVAS EN ESTUDIO

1. Grupo asociativo de mujeres Cooperativa “Estrellitas de Mar” de la que forman parte unas 15 mujeres que se dedican al cultivo de conchas, asimismo a la elaboración y venta de diversos productos de bisutería.
2. Comité de Turismo de Isla Tasajera, que cuenta con el funcionamiento de un corral de incubación de Tortugas marinas, que en los meses de agosto a diciembre, los visitantes pueden vivir la experiencia de liberar a una tortuguita al mar, asimismo pueden llevar a cabo actividades de camping, para participar por la noche de la observación de anidamiento de las tortugas marinas, en los meses de julio a septiembre.

Oferta y Demanda

El Comité de Turismo de Isla Tasajera se encarga de gestionar tanto el transporte en lancha desde La Puntilla, el traslado ida y regreso en carreta desde comunidad Tasajera hasta Observatorio de la Tortuga Marina, proporcionan un guía especializado en tortugas marinas, el uso de instalaciones. Sobre el costo de vivir la experiencia es de \$8 por observación de anidamiento de tortugas marinas y de \$6 por la liberación de tortugas marinas al mar.

En el caso de la iniciativa de mujeres Estrellitas de Mar, desarrollan una modalidad de trabajo que es amigable con el medio ambiente, dado que cuentan con un vivero en la zona de manglares donde se dedican al cultivo artificial de concha, a través de la utilización de botellas de plástico que sirven para desarrollar las incubadoras de las conchas, paralelamente a esta actividad puede observarseles elaborando toda clase de bisutería que tiene como base estos productos del mar.



A pesar de los distintos esfuerzos de promoción el comité expresa que no llega la afluencia de personas que ellos desearían, en temporada alta visita alrededor de unas 180 a 200 personas el lugar durante la semana, recibándose la cantidad de 5 personas en temporada baja.

Infraestructura

i. Señalización

Se cuenta con señales de dirección, confirmación y localización en la carretera hasta llegar a la playa La Puntilla, lugar donde se toma la lancha para llegar a la Isla. En el interior de la Isla Tasajera no se cuenta con señalización turística, pero es visible rotulación hacia las iniciativas estudiadas.

ii. Instalaciones

Sobre las instalaciones del observatorio de tortugas marinas, se cuenta con un Centro de Atención al Turista Vinculado al Turismo de Conservación de la Tortuga Marina, el cual se encuentra instalado a un lado del corral de incubación de tortugas marinas que tiene una capacidad de siembra de 81.679 huevos, en un total de 700 nidos, este centro es el punto principal de llegada para los turistas que desarrollaran la actividad de observación de anidamiento y/o liberación de neonatos. En las instalaciones se cuenta también con un kiosco de interpretación de la tortuga marina, asimismo existen áreas de descanso. Todas estas infraestructuras son de construcción reciente y es visible el mantenimiento que reciben.



iii. Servicios básicos

La isla cuenta con servicios de agua potable, energía eléctrica, servicios sanitarios, en cuanto a la telefonía fija y celular existe buena señal para las diferentes compañías telefónicas, la seguridad es brindada por las organizaciones propietarias de las iniciativas y los mismos habitantes de la Isla.

Ambiental

i. Conservación de Flora y Fauna

La isla posee diversas riquezas naturales, actualmente la comunidad local participa y desarrolla programas de protección y conservación de las tortugas marinas y los diversos ecosistemas del lugar, la que contiene principalmente bosques salados, vegetación costera ecotonal, carrizales pantanosos, bosque aluvial y bosque de galería. Entre las especies de flora típicas o definitorias: Se encuentran presentes las 7 especies de manglar que existen en el país: el “mangle colorado”, “mangle rojo”, “mangle rojo gigante”, “madresal”, “botoncillo” e “instalen”.



Entre las especies de faunas típicas o definitorias: Se reportan 123 especies de peces que comprenden 68 especies de agua dulce y 55 de hábitos estuarinos. Se han detectado 10 especies de anfibios, 24 especies de reptiles como iguana verde, masacuata. De los mamíferos no se conoce mucho pero en los bosques estacionalmente saturados destaca la presencia en alguno de ellos como el mono araña, el venado cola blanca, coyote y puerco espín. El casco de burro está considerado como en peligro de extinción en El Salvador por culpa de la sobreexplotación, en la isla al contarse con el corral de cultivo de conchas se ha contribuido a dar respuesta a esta problemática. Asimismo el funcionamiento del observatorio de tortugas con que cuenta la Isla donde se desarrollan actividades de anidamiento y liberación de tortuga verde, tortuga carey, tortuga golfinia y tortuga baule, que son consideradas especies en peligro de extinción en el país, ha contribuido a la preservación de la fauna marina.

Organización

Los tours tanto de anidamiento como de liberación de torturas son administrados por el Comité de Turismo de Isla Tasajera.

Publicidad

El comité no cuenta con una página web oficial y de cuentas en redes sociales (Facebook, twitter). La promoción la realizan por medio de brochures, ferias en otros municipios y por medio de la Asociación Los Nonualcos.

b. ISLA MONTECRISTO

A diez minutos del caserío La Pita, del Municipio de Tecoluca, por vía marítima atravesando las aguas del río Lempa, se encuentra la Isla Montecristo.

INICIATIVAS EN ESTUDIO

1. Cultivo de Marañón.
2. Cabañas y Rancho Brisas del Mar, de propiedad de miembros de la comunidad de la Isla.

Oferta y Demanda

La Isla Montecristo posee aproximadamente 260 manzanas cultivadas de marañón, que cubre casi la mitad de la isla y que es una de sus principales fuentes de ingreso, asimismo es un símbolo distintivo de Tecoluca actual, dado que posee árboles de marañón con más de 200 años de antigüedad.

Esto lo convierte en uno de los principales atractivos del lugar, realizándose visitas a La Marañonera, especialmente en los meses de

marzo, abril y mayo cuando está florecido. La cosecha de la semilla es propiedad de APRAINORES, quien sabe aprovechar este recurso, dado que todas las semillas del marañón se trabajan en esta cooperativa que exporta anualmente 24 toneladas de “pepas” a Estados Unidos, Canadá, Inglaterra y Francia.



Si los turistas desean quedarse a dormir, la Isla cuenta con el Hostal y Restaurante “Montecristo”, su propietaria Berta Molina tiene a disposición de los visitantes dos cabañas, en las que fácilmente se pueden ubicar hasta 10 personas.



Las cabañas son de material mixto y las camas son de madera con colchonetas. También se pueden colocar hamacas si las personas lo piden, y ese es precisamente el atractivo del lugar, que todo se disfruta al natural.



En el Hostal y Restaurante “Montecristo” también se dispone de dos sanitarios y duchas fuera de las cabañas, un ranchito para comer y que también se utiliza para capacitaciones y reuniones, una cocina y una tienda de venta de comestibles y bebidas.

Las actividades que se desarrollan actualmente se encuentran el paisajismo, paseos por la isla a pie o a caballo, caminatas por la playa, recorridos por playas vírgenes y paseos por la bocana del río Lempa.

El valor del transporte por lancha puede oscilar entre los \$20 a \$25 por persona, dependiendo si el cliente desea recorrer otros lugares o bañarse en el trayecto.

La demanda actual de turistas en temporada alta es de 300 personas por semana, flujo que se reduce a cinco personas por semana en temporadas bajas.

ASPECTO AMBIENTAL

En la isla se pueden encontrar una amplia biodiversidad:

Mamíferos: venados, gatos de monte, zorrillos, tacuazines, mapaches, armadillos, comadreas, cotuzas, ratones y conejos.

Reptiles: tortugas marinas, iguanas, garrobos, serpientes, lagartos.

Crustáceos: punches, jaibas, cangrejos, almeja, camarón.

Aves: gaviotas, garzas, patos, chambolitas, chilos, gavilanes, pelícanos, guerecos, pichiches, gallinas, jolotes, loras.

Peces: cuatro ojos, mero, chimbolo, gorrión, hoja, bagre, róbalo, boca colorada, rocha.

Por ser un asentamiento humano, en la isla se logra identificar una mayor diversidad de especies vegetales para el consumo alimenticio de los mismos habitantes, entre ellas podemos nombrar: mango, mamón, lima, coco, carao, caulote, almendro de río, tamarindo y jocote. Además existen 250 manzanas cosechadas de marañón de la clase “*Anacardium occidentale*”.

Administración del lugar

Para poder realizar una visita a la Isla, es necesario que se coordine con anticipación con la comunidad, para que se organice el transporte en lancha desde el muelle del Hostal Lempa Mar hasta la Isla y a los otros sitios que se quieran visitar, así como las reservaciones de las cabañas.

c. PLANTA PROCESADORA DE MARAÑÓN ORGÁNICO

La planta procesadora de semilla de marañón orgánico se encuentra ubicada en el Cantón San Carlos Lempa, de Tecoluca, San Vicente; el desvío se encuentra sobre la Calle La Litoral. La vía de acceso a la cooperativa es una calle pavimentada, en el lugar existe una finca marañonera, otro aspecto a resaltar es que esta iniciativa posee 36 manzanas de plantación de marañón en la Isla Montecristo y cuentan con una sofisticada tecnología para el procesamiento y a su vez de un sistema de empaclado al vacío.

Oferta y Demanda

Se puede acceder a una visita guiada al proceso de extracción de semilla de marañón, en todas sus fases, desde la recolección de la semilla, secado, el paso a las bodegas de material prima donde se almacenan las semillas. A su debido tiempo se pasan al área de fritura, luego el descortezado de la semilla para mostrar el paso de horneado.



Después de ser horneadas pasan a la fase de deshollejado y por las ocasiones que las semillas se dañan en cualquiera de los pasos del proceso, existe una etapa de clasificación, luego empaque y almacenaje para la exportación.

Cuentan con toda la infraestructura necesaria para recibir visitas, todo un proceso en armonía que no presenta retrasos en la producción: vías de recorrido, áreas de descanso, salón de proyección donde se explica parte del proceso, área de comercialización.



Actualmente El Salvador se posiciona en el mercado mundial de la semilla de marañón gracias a la producción en el Bajo Lempa. Al tener año con año inspecciones por parte de la Certificadora Independiente Alemana (BCS), deben ir implementando métodos para mejorar los estándares de calidad.

No se ha llevado registro de la demanda actual, se estima un porcentaje del 10% de las personas que visitan El municipio de Tecoluca durante las celebraciones el Festival del Marañón en abril de cada año, en temporadas bajas oscila 20 personas mensual.

El énfasis en el evento del Festival, busca promover y proyectar los productos derivados de esta fruta, que es ampliamente cultivada en la zona baja del Lempa. Esta organización junto a asociaciones de productores, comerciantes, instituciones y la alcaldía municipal, cada año se coordinan de manera unificada para apoyar la realización de actividades respecto a los derivados del marañón orgánico, que es parte importante de la actividad económica del municipio.

Aspecto ambiental

El Producto que se produce es libre de contaminantes, sin insumos tóxicos en la fase agrícola y agroindustrial, ya que cumple con estándares, al ser un Producto Orgánico Certificado, de manera que esta Planta de procesamiento no desprende emanaciones dañinas para el medio ambiente

Administración del lugar

Se encuentra bajo la dirección de la Asociación de productores agroindustriales orgánicos de El Salvador (APRAINORES) y El sistema SAMO para el procesamiento del marañón, organismos creados con el apoyo de CORDES en 1995. APRAINORES está conformada y dirigida por pequeños productores de marañón orgánico en la Región del Bajo Lempa, Departamento de San Vicente, El Salvador.

Actualmente genera empleo durante 10 meses para 100 personas, principalmente mujeres de la zona.

d. PARQUE TEHUACÁN

Está situado en el noreste de la ciudad en el municipio de Tecoluca, departamento de San Vicente. A una hora y treinta minutos de la capital, a tan solo una hora del Aeropuerto de Comalapa. La vía de acceso al parque es una calle empedrada en buen estado. El Parque Ecoturístico Tehuacán tiene una extensión de 78 manzanas de bosque natural.

OFERTA Y DEMANDA

Dentro de las instalaciones del parque se han construido espacios eco turísticos con equipamientos medioambientales, senderismo, áreas de juegos, deporte, estanque de agua para la pesca artesanal, instalaciones de servicios para los visitantes, con duchas, taquillas, restaurante y amplio espacio de ocio, un área de usos múltiples, como es un auditorio con más de 150 asientos y un escenario que permita actividades culturales, de entretenimiento, educativas y de trabajo cuya infraestructura armoniza perfectamente con el medioambiente.

Uno de los elementos principales de los atractivos que ofrece el parque es que su construcción se ha utilizado piezas de madera de madre cacao.

Restaurante.

El Parque tiene un restaurante totalmente equipado que ofrece al visitante comida típica y a la carta, la especialidad es Camarones al ají, la carne de pelibuey y la tilapia.



Cabañas.



Dentro de la zona boscosa a unos 100 metros del restaurante, se han construido 6 cabañas con capacidad de alojamiento para cuatro personas que incluye una habitación de 14 m² y un área tipo terraza de 13 m². Se ventilan de forma natural y se iluminan con un sistema de panel solar, asimismo cada cabaña cuenta con servicio

sanitario, ducha, área de descanso.



Piscina.

Cuenta con una piscina, donde el turista se puede bañar y apreciar la fuente de agua de la cual se abastece con agua natural que proviene del río El Cangrejo de Oro, y cuyas aguas son evacuadas al cauce del río natural y aprovechada para riego en la zona de cultivo.



Estanque y Mariposario.

Hay un estanque diseñado para que el turista pueda practicar la pesca artesanal de tilapia, y si así lo desea se prestará el servicio de cocina para que lo que pesque lo disfrute de inmediato con la receta propia del parque, o comprarla para llevársela a su casa.



El mariposario es un pequeño jardín en el cual se pretende enseñar un poco sobre la reproducción, metamorfosis, migración y algunos otros secretos de la vida de las mariposas.

Área de Juegos para niños.

Se han ubicado en la zona de la Plaza a 5-10 metros del restaurante y consisten en juegos de 11.70 metros de largo, habiendo construido 3 torres de 1.40 metros de ancho x 1.40 metros de largo y 2.20 metros de altura hasta el techo, cuenta con barrotes para escalar a los lados, dos rampas una de lazo y una de madera, 2 deslizaderos de fibra de vidrio, escalera de barco y puente pasamanos. Todos los juegos son fabricados de madera de teca secada al horno.



Miradores.

Se dispone de dos miradores, el mirador el Pacífico, con amplias vistas al sur del municipio de Tecoluca y como telón de fondo el mar del que adquiere su nombre. Está ubicado en el recorrido de senderos que lleva hasta las ruinas de Tehuacán, estando construido con materiales de madera de pino horneado, con área de uso de aproximadamente 234 m² de espacio útil, construidas sobre estructura de metal y concreto, contando con pasamanos en los bordes del mismo, que sirven de soporte y límite de uso del espacio útil, con una altura de 1.20 metros.



Desde los miradores se muestran los lugares con panorámicas del sector sur del municipio hasta el océano pacífico.

Auditórium.

El auditórium del parque es un edificio que está ubicado a 700 metros al norte del restaurante y cuenta con un área de 253 metros cuadrados de construcción. Funciona como un espacio multi-flexible, destinado a actividades de capacitación máxima de 154 personas sentadas, ofrece el servicio de alquiler a instituciones gubernamentales, no gubernamentales, asociaciones, comunidades, entre otros.



Panel Solar.

Se ha instalado un panel solar como sistema de alimentación eléctrico, con objeto que pueda cumplir un papel educativo y de difusión de las tecnologías medioambientales y el aprovechamiento de las energías limpias, dentro de las que se ubica la energía solar.

Dentro de las actividades que se pueden realizar se encuentran:

Los visitantes pueden disfrutar de un baño en las refrescantes aguas de la piscina natural.

Practicar pesca artesanal.

Senderismo, caminatas

Paisajismo, avistamiento de aves, flora y fauna; se puede disfrutar en el camino y en los miradores del El Pacífico y El Cumbo, proporcionando vistas medioambientales que llegan hasta el mar.

Se pueden realizar acampadas en la zona boscosa.

El Parque se encuentra totalmente señalizado, indicando rutas, senderos, áreas de acceso, etc.



Sobre la demanda se tiene una carga de personas alrededor de 400 por semana en temporadas altas y de aproximada de 50 por semana en temporada baja.

ASPECTO AMBIENTAL



La flora que se encuentra en la zona es de bosque húmedo tropical fresco, la cobertura vegetal encontrada en los hábitats abiertos la componen abundantes especies de flores y hierbas medicinales.

El Parque es una reserva natural, ya que el Ministerio del Medio Ambiente le ha dado esa calificación.



En la zona se encuentra una gran cantidad de árboles maderables, como cedro, carao, almendro, conacaste e iscanal, entre otros y frutales: mango, níspero, zapote, pepeto, nance, coco, jocote y almendra. También existe una diversidad de aves, entre ellas palomas, pericos, chiltotas y tucanes.

Otras especies de fauna terrestre distribuida en los hábitats se encuentran:

Reptiles: garrobos, iguanas, tenguerches y culebras.

Mamíferos: ardillas, taltuzas, gato de monte, cusucos, tacuazín, conejos, cerdos y pelibuey.

Aves de corral: pollos y gallinas.

Peces: tilapia

Sobre los recursos hídricos, existe un nacimiento de agua potable, llamado Cangrejo de Oro que abastece a las comunidades.



Administración del lugar

La administración del parque se encuentra bajo la Alcaldía Municipal de Tecoluca, es Teresa Pérez, la administradora del ANP Tehuacán.



En cuanto a los costos el servicio de restaurante ofrece platillos diversos. El precio promedio es de \$4.00 por almuerzo. Las cabañas se alquilan a un precio de \$25.00

Publicidad

La publicidad del lugar se realiza principalmente en la temporada alta, han participado en medios de comunicación televisiva en programas como: “Mi país tv”, “Este es el salvador”, Canal 21 y Canal 10, entre otros; donde han pagado un espacio para publicitarse, al igual que en la radio a nivel local, vallas publicitarias, y cartas dirigidas a grupos o personas en particular a quienes invitan a visitar el Parque. Además se promociona a través de la página web de la Alcaldía de Tecoluca, no se cuenta con cuentas en Redes sociales.

e. ZONA ECOTURÍSTICA LA PITA

Esta se encuentra ubicada en el Cantón Las Mesas, al sur del municipio de Tecoluca. Siguiendo la carretera Litoral rumbo a Usulután se llega a San Nicolás Lempa. Antes del Puente de Oro se toma el desvío hacia el Hostal Lempa Mar, que se localiza a 22 kilómetros de la carretera del Litoral, llegando a La Comunidad La Pita.



Oferta y demanda

En la zona ecoturística La Pita, se cuenta con el Hostal Lempa Mar, el cual posee tres bungalows para hospedaje, servicio de restaurante, glorietas con hamacas, servicios sanitarios de lavado, un rancho sobre las aguas del río Lempa para la degustación de alimentos o para observar el río. El Hostal tiene su propio muelle desde el cual se pueden tomar lanchas para hacer paseos por las islas, y manglares. El restaurante La Pita oferta comida a precios rondan los \$5 a \$10 y el alojamiento de \$25 con capacidad para 4 personas.



El área de la zona ecoturística se caracteriza principalmente porque la principal actividad económica es la pesca es por ello que, un atractivo adicional es la práctica de la pesca, por ello otra iniciativa a visitar es la Planta Procesadora de Pescado y Marisco “Bocana Lempa-Jaltepec”, la cual cuenta con las instalaciones necesarias para procesar pescado y poder comercializarlo con mayor valor agregado.

Esta Planta procesadora, surgió como resultado de la gestión que impulsa un proceso de Desarrollo estratégico en alianza con la ONG española –Asambleas de Cooperación por la Paz|| (ACPP) y la cooperación financiera gallega a través de la Xunta de Galicia. Concentra a 5 cooperativas de pesca artesanal ubicadas tanto al lado occidental como oriental de la desembocadura del río lempa.





Actualmente se reciben visitas a la Planta para dar a conocer el proceso de transformación, desde que el pescado ingresa a la planta hasta que está listo para consumo, asimismo el turista puede encontrar, diariamente, mariscos frescos a precios bajos. Es de resaltar la desventaja que no se cuenta con la infraestructura

adecuada para recibir a los turistas durante el procesamiento.

En la comunidad no se cuenta con una oficina o caseta de información turística para poder conocer otros atractivos de lugar o poder contactar paseos en lancha, aunque en el Hostal Lempa Mar se puede contactar con personas que hagan los paseos.

En cuanto a la seguridad en el lugar, se tiene que la estación de policía más cercana se encuentra en San Carlos Lempa, y en la comunidad los propietarios del negocio brindan seguridad a los visitantes.

Para llegar a la Zona Eco turística La Pita se cuenta con apropiada señalización vial, pero en el interior de la comunidad no cuentan con señalización de las áreas y la flora del lugar.

Dentro de las actividades a realizar en la zona se encuentran:

Hostal Lempa Mar: practicar actividades acuáticas como pesca artesanal, paseos en lancha por la isla Montecristo, los manglares, disfrutar del ambiente del río ir a la playa y hacer caminatas por el lugar. El lugar es propicio para el avistamiento de aves, reptiles, y el paisajismo, se pueden practicar deportes acuáticos ya que las aguas del río son calmadas. En el Hostal se cuentan con áreas con las condiciones idóneas para practicar camping. Se puede descansar en las hamacas del lugar o en los bungalows, disfrutar en familia en las glorietas degustar platillos de mariscos frescos del lugar en ambos restaurantes. En el lugar también se pueden organizar eventos ya que se cuenta con dos ranchos con capacidad aproximada de 50 personas cada uno. En el lugar se pueden contactar con personas que alquilan caballos para dar paseos en la zona.

Sobre la demanda a la zona se estima un aproximado de 200 personas en temporada alta y representa una gran limitante la poca afluencia turística en temporada baja (promedio de 10 personas a la semana), lo que ha repercutido a que se tengan bajos ingresos y no se pueda invertir en mejorar las condiciones del lugar.

Aspecto Ambiental

Contiene principalmente bosques salados, pero además vegetación costera ecotonal, carrizales pantanosos, bosque aluvial y bosque de galería. Especies de faunas típicas o definitorias: Se reportan 123 especies marinas que comprenden 68 especies de agua dulce y 55 de hábitos estuarinos. Se han detectado 10 especies de anfibios, 24 especies de reptiles como iguana verde, masacuata.

Administración del lugar

El Hostal Lempa Mar es una iniciativa privada que es propiedad de la ADESCO Lempa Mar, donde los socios son personas de la comunidad. En el caso de la Planta de Procesamiento de pescado y

Marisco, pertenece a la Cooperativa Bocanalempa-Jaltepec de R.L. Ambas iniciativas guardan buenas relaciones con la alcaldía.

Publicidad

En cuanto a la promoción del lugar se le apuesta a la comunicación boca por boca, aunque se han hecho algunos afiches en la alcaldía y algunos programas de televisión han hecho algunos reportajes.

f. POLIGONO SOLIDARIDAD

Este complejo se encuentra ubicado en el Playón, Cantón San Ramón Grifal, Tecoluca.

Oferta y demanda

La infraestructura Turística está integrada por dos naves industriales; un restaurante (para 150 personas) y un Salón de usos múltiples (para 125 personas):

- Restaurante Chinchontepic
- Auditorium para Eventos
- Planta de Elaboración de Jugos de Marañón
- Planta de Elaboración de filtros para Agua.

Uno de los atractivos de este conglomerado es su diseño arquitectónico, dado se basan en la aplicación de técnicas bioclimáticas tropicales³³, que permite el aprovechamiento de los recursos naturales, de una manera consciente y lógica, siendo principalmente la utilización de recursos locales, asimismo permite adaptarse a las condiciones climáticas particulares de la zona, logrando las mejores condiciones de confort en el interior de las mismas, con el menor apoyo posible de fuentes de energía auxiliar, es decir, se da un aprovechamiento máximo de las fuentes de energía naturales. A su vez es importante destacar que las formas, texturas, de las infraestructuras son vistosas y agradables a la vista.



Las plantas de procesamiento comparten un área de carga y descarga y su diseño se basa en un volumen rectangular a dos aguas, donde las cubiertas se separan ligeramente al nivel de la cumbrera para permitir la evacuación del aire caliente interno. Aleros pronunciados



³³ Promueve diseños con el objetivo de restaurar el balance o equilibrio entre el medioambiente y lo manipulado por el hombre, puesto que se hace uso de los materiales disponibles en el ambiente, con miras a conseguir el resultado del confort deseado, conforme con las exigencias del usuario y a partir del clima local.

protegen de la lluvia y el sol. Cada nave se rodea de un cinturón de vegetación que ayuda al control de la temperatura interior.



En el caso del Restaurante Chinchontepic, para aprovechar mejor la ventilación natural las fachadas norte-sur estas poseen aperturas que permiten la libre circulación del aire. Además la altura pronunciada (4mt) permite que el aire caliente (que tiende a subir) salga del interior de la edificación. Asimismo la forma del techo con aleros pronunciados, protege de los rayos del sol (fachada sur).



En el caso de las fachadas este-oeste los techos, que se transforman en paredes, sirven como pantallas protectoras de la luz solar.

El Salón de Usos Múltiples está formado por tres cuerpos que se intersectan: el salón principal con su techo en 'capas traslapadas'; el prisma blanco donde se ubica un pequeño salón-mezanine para capacitaciones y el rectángulo de ladrillo de barro donde se localizan los servicios del edificio (bodegas y sanitarios).



En el prisma blanco se colocan persianas de madera que permean la entrada de la luz solar a lo largo del día, creando diferentes sensaciones. En el salón principal la cubierta se divide en tres cuerpos que se traslapan, dejando entre ellos aperturas que permiten la



evacuación del aire caliente del interior al exterior.

Actividades que se pueden realizar

Las personas que visitan este complejo pueden participar del recorrido por las plantas de Jugo de marañón y de filtros, donde la Cooperativa Juventud Rural, trabaja en la extracción del líquido del falso fruto del marañón y lo convierten en jugo que es distribuido localmente, asimismo se realizan eventos de carácter formativo, que se desarrollan en el auditorio, se puede tener acceso al servicio de Alimentación, así como la organización de eventos en el restaurante del lugar. Otro elemento es que cuenta con una sala de ventas con productos agroindustriales que se elaboran en el Polígono, así



como también otros productos agroindustriales (lácteos), artesanías y dulces típicos, de comunidades de alrededor del municipio.

Administración del lugar

CORDES Y LA COOPERATIVA DE LA JUVENTUD RURAL DE R.L

3. REQUERIMIENTOS DE CADA INICIATIVA

De la información anterior se han establecido los siguientes requerimientos, sobre la base de deficiencias detectadas en las diferentes iniciativas, las cuales deberán superarse para competir mejor en el mercado, a través de una oferta integrada del Municipio.

Requerimientos iniciativa Isla Tasajera.

Requerimientos	Iniciativa: COMITÉ TURISTICO DE TASAJERA
Físicos	1. Construcción de senderos a través de la Isla. Centro de interpretación de la flora y fauna del lugar. Infraestructura para avistamiento e interpretación del desove y anidación de tortugas marinas.
Conocimiento	Capacitación en áreas de Administración y organización de negocios de turismo para servicio de alimentación y venta de artesanías de productos de mar para la iniciativa Estrellitas del mar. Formación en el área de atención al cliente y buenas prácticas Capacitación en manejo de alimentos y buenas prácticas e inocuidad. Formación en las de áreas de turismo rural comunitario y fauna propia de la isla. Formación en áreas de emprendedurismo y creación de nuevas iniciativas turísticas.
Promoción y Publicidad	Promoción del lugar a nivel nacional y participación en eventos Señalización interna en el recorrido, especies de flora y fauna.
Organizativo	Participación en la estructura de la asociación de turismo a nivel de microrregión y MNTRC (mesa nacional) Establecimiento de políticas, normas y lo objetivos
Gestión	Obtención de recursos financieros el mejoramiento de las instalaciones del lugar para la prestación de servicios turísticos Coordinación con la POLITUR para brindar seguridad a los visitantes del lugar.
Ofertas Turística	Pertenecer a una oferta turística consolidada que permita mejorar el actual flujo de turistas. Contar con una planificación de actividades para el turismo y para la comercialización de productos artesanales Conocer las condiciones con la que debe contar el lugar para poder ser clasificado como de turismo rural comunitario. Creación de un producto turístico que satisfaga las necesidades de los turistas.

TABLA. Requerimientos iniciativa planta procesadora de marañón orgánico.

Requerimientos	Iniciativa: PLANTA PROCESADORA DE MARAÑÓN ORGÁNICO
Físicos	1. Mejorar adecuación de área para turistas.
Conocimiento	Capacitación sobre los procesos que se desarrollan para hacerlo del conocimiento del turista. Administración para propietarios de iniciativas y atractivos del lugar Formación en la atención al cliente y buenas prácticas de turismo
Promoción y Publicidad	Promoción del lugar a nivel nacional y participación en eventos de turismo
Organizativo	Unidad organizativa a nivel de iniciativas que se interrelacione con la asociación de turismo a nivel de la microrregión y mesa nacional de turismo comunitario Establecimiento de políticas, normas y lo objetivos los cuales se buscan alcanzar
Gestión	Obtención de recursos financieros para la adecuación del lugar para la prestación de servicios turísticos
Ofertas Turística	Pertenecer a una oferta turística consolidada que permita un flujo regular Ofertar un producto turístico que satisfaga las necesidades de los visitantes

TABLA 8. Requerimientos iniciativa Parque eco turístico Tehuacán.

Requerimientos	Iniciativa: PARQUE ECOTURÍSTICO TEHUACAN
Físicos	1. Incrementar Señalización externa para llegar al lugar. Mantenimiento de senderos, señalización y miradores. Mejoramiento de las vías de acceso hacia San Sebastián Arriba, 1 km de calle que conlleva al lugar. Construcción de kiosco para comercialización de productos artesanales producidos en el lugar
Conocimiento	Capacitación en áreas de Administración y organización de negocios de turismo Formación en el área de atención al cliente y buenas prácticas de turismo Capacitación en manejo de alimentos y buenas prácticas e inocuidad Formación en áreas de interpretación de la flora y fauna propia de la zona Formación en áreas de emprendedurismo y creación de nuevas iniciativas turísticas.
Promoción y Publicidad	Promoción del lugar a nivel nacional y participación en eventos de turismo
Organizativo	Participación en la estructura de la asociación de turismo a nivel de microrregión y la Mesa Nacional de Turismo Comunitario Establecimiento de políticas, normas y lo objetivos los cuales se buscan alcanzar.
Gestión	Obtención de recursos financieros para mayor inversión en el lugar.
Ofertas Turística	Pertenecer a una oferta turística consolidada que permita mejorar el actual flujo de turistas. Contar con una planificación de actividades para el turismo rural comunitario Conocer las condiciones con la que debe contar el lugar para poder ser clasificado como de turismo rural comunitario Creación de un producto turístico que satisfaga las necesidades de los turistas.
Otros	Mejor abastecimiento de productos para la venta de alimentos Mayor participación de los habitantes de la comunidad en la prestación de servicios turísticos

TABLA 9. Requerimientos iniciativa zona eco turística la Pita.

Requerimientos	Iniciativa: ZONA ECOTURÍSTICA LA PITA
Físicos	<p>1. Centro de interpretación de la flora y fauna del lugar.</p> <p>Infraestructura para avistamiento de aves.</p> <p>Equipo e infraestructura para actividades de diversión como canopy, pesca artesanal y otros deportes acuáticos.</p> <p>Mejoramiento de las vías de acceso hasta el cantón La Mesas.</p>
Conocimiento	<p>Capacitación en áreas de Administración y organización de negocios de turismo para el hostel y restaurantes en la zona.</p> <p>Formación en el área de atención al cliente y buenas prácticas</p> <p>Capacitación en manejo de alimentos y buenas prácticas e inocuidad.</p> <p>Formación en interpretación de la flora y fauna</p> <p>Formación en áreas de emprendedurismo y creación de nuevas iniciativas turísticas.</p>
Promoción y Publicidad	<p>Promoción del lugar a nivel nacional y participación en eventos</p> <p>Señalización interna en el recorrido, especies de flora y fauna.</p>
Organizativo	<p>Participación en la estructura de la asociación de turismo</p> <p>Establecimiento de políticas, normas y lo objetivos los cuales se buscan alcanzar.</p>
Gestión	<p>Obtención de recursos financieros para el mejoramiento de las instalaciones del lugar para la prestación de servicios turísticos</p> <p>Coordinación con la POLITUR para brindar seguridad a los visitantes del lugar.</p>
Ofertas Turística	<p>Pertenecer a una oferta turística consolidada que permita mejorar el actual flujo de turistas.</p> <p>Contar con una planificación de actividades para el de turismo rural comunitario y para la comercialización de productos relacionados con la pesca.</p> <p>Conocer las condiciones con la que debe contar el lugar para poder ser clasificado como turismo rural comunitario.</p> <p>Creación de un producto turístico que satisfaga las necesidades de los turistas.</p>
Otros	<p>Mayor participación de los habitantes de la comunidad en la prestación de servicios turísticos.</p>

TABLA 10. Requerimientos iniciativa Isla de Montecristo.

Requerimientos	Iniciativa: ISLA DE MONTECRISTO
Físicos	<p>1. Reparación del techo de las cabañas existentes, ya que la palma con la que están hechos se está pudriendo.</p> <p>Equipar con bancas y mesas el rancho principal para ofrecer servicio de alimentación</p> <p>Construcción de un muelle.</p> <p>Centro de interpretación de flora y fauna del lugar</p> <p>Mejoramiento de senderos en la Plantación de Marañón y su respectiva Señalización</p>
Conocimiento	<p>Capacitación en áreas de administración y organización de negocios de turismo para prestación de servicios de alimentación y alojamiento</p> <p>Formación en el área de atención al cliente y buenas prácticas de turismo.</p> <p>Capacitación en manejo de alimentos y buenas prácticas e inocuidad.</p>

	Formación en Flora y fauna propia de la isla. Formación en áreas de emprendedurismo y creación de nuevas iniciativas turísticas.
Promoción y Publicidad	Promoción del lugar a nivel nacional y participación en eventos Señalización interna en el recorrido, especies de flora y fauna.
Organizativo	Participación en la estructura de la asociación de turismo a nivel de microrregión y MNTRC
Gestión	Obtención de recursos financieros el mejoramiento de las instalaciones del lugar para la prestación de servicios turísticos
Ofertas Turística	Pertenecer a una oferta turística consolidada que permita mejorar el actual flujo de turistas. Creación de un producto turístico que satisfaga las necesidades de los turistas.
Otros	Mejorar el abastecimiento de productos para la venta de alimentos

TABLA 11. Requerimientos iniciativa Polígono Solidaridad.

Requerimientos	POLIGONO DE SOLIDARIDAD
Físicos/infraestructura	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hace falta mejorar Señalización externa para llegar al lugar 2. Mejoramiento de las vías de acceso aproximadamente 200 metros. 3. Señalización al interior del lugar. 4. Adecuamiento de las instalaciones de las plantas para recibimiento de turistas. 5. Mejorar en el acceso a internet.
Conocimiento	<ol style="list-style-type: none"> 6. Capacitación en cooperativismo a los jóvenes. 7. Capacitación en áreas de Administración y organización de negocios de turismo 8. Formación en el área de atención al cliente y buenas prácticas de turismo 9. Capacitación en manejo de alimentos y buenas prácticas e inocuidad
Promoción y Publicidad	<ol style="list-style-type: none"> 10. Mayor promoción de la cooperativa de juventud rural. 11. Elaborar materiales promocionales de los productos elaborados en la planta. 12. Mejorar la imagen de los productos elaborados. 13. Promocionar el servicio de eventos.
Organizativo	<ol style="list-style-type: none"> 14. Mejorar los órganos de conducción de la cooperativa dado que funcionan de manera incompleta. (consejo de administración, junta de vigilancia y comité de educación) 15. Eliminar la duplicidad de funciones en la administración en las diferentes iniciativas.
Gestión	<ol style="list-style-type: none"> 16. Obtención de capital de trabajo para el funcionamiento de la planta.
Ofertas Turística	<ol style="list-style-type: none"> 17. Mejorar la limitada oferta gastronómica en el restaurante. 18. Buscar alternativas ante la estacionalidad en la producción del jugo de marañón puesto restringe el servicio turístico alrededor de 4 meses. 19. Aumentar la demanda de filtros para mantener operando la planta en un mayor número de meses.

ANEXO 3.3 PRIORIZACION DE LA SOLUCION A LA PROBLEMÁTICA

Para realizar la selección de los planes y programas que formarán parte de la solución, en primer lugar se procedió a asociar a cada componente de problemática aquella planificación que permitirá superarla, a fin de agrupar como siguiente paso, los elementos comunes y no comunes, que serán objeto de selección. En la siguiente tabla aparece la propuesta que se plantea de Planes y Programas a desarrollar:

COMPONENTES DE LA PROBLEMÁTICA	COMPONENTES DE SOLUCION
OFERTA: Limitada y deficiente oferta turística del Municipio.	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de Desarrollo de Rutas, productos y servicios. - Plan de Capacitación. - Sistema de control e indicadores para la mejora. - Plan de Negocio por iniciativa - Plan de Financiamiento a iniciativas - Plan de desarrollo de infraestructura y servicio básicos
DEMANDA: Bajo flujo turístico al Municipio.	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de Marketing - Plan de Desarrollo de Rutas, productos y servicios - Sistema de control e indicadores para la mejora.
ORGANIZACIONAL: inoperatividad de la organización turística del Municipio.	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de Desarrollo Organizacional - Plan de Gestión para Alianzas e incidencia.
TECNOLOGIA: Carencia de mecanismos tecnológicos para la comunicación y prestación de servicios.	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de desarrollo tecnológico. - Plan de Gestión para Alianzas e incidencia.
POLITICO: Falta de un Marco institucional y recursos de apoyo al Turismo Rural Comunitario.	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de Gestión para Alianzas e incidencia. - Plan de ordenamiento territorial
AMBIENTAL: Deterioro ambiental del Municipio	<ul style="list-style-type: none"> - Buenas Prácticas en turismo sostenible. - Plan de ordenamiento territorial - Plan de Gestión para Alianzas e incidencia
CULTURAL: Perdida del Patrimonio Cultural e Histórico del Municipio.	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de rescate y conservación del Patrimonio cultural e Histórico - Plan de Gestión para Alianzas e incidencia - Plan de ordenamiento territorial
INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS BASICOS: Inadecuada infraestructura pública y privada para la prestación de servicios turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de desarrollo de infraestructura y servicio básicos - Plan de Gestión para Alianzas e incidencia - Plan de Financiamiento a iniciativas

Al agrupar los elementos comunes y no comunes, el universo de alternativas de planificación que podrá ser objeto de elección en la conformación de la solución a desarrollar, es el siguiente:

ALTERNATIVAS DE PLANIFICACIÓN

Plan de Desarrollo de Rutas, productos y servicios.
Plan de Capacitación.
Sistema de control e indicadores para la mejora.
Plan de Negocio por iniciativa
Plan de Financiamiento a iniciativas
Plan de desarrollo de infraestructura y servicio básicos
Plan de Marketing
Plan de Desarrollo Organizacional
Plan de Gestión para Alianzas e incidencia.
Plan de desarrollo tecnológico.
Buenas Prácticas en turismo sostenible.
Plan de ordenamiento territorial
Plan de rescate y conservación del Patrimonio cultural e Histórico

1. DEFINICIÓN DE CRITERIOS DE PRIORIZACIÓN DE ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN

Cada criterio de selección tiene asignado un peso numérico adicional a la calificación, el cual está asignado según la relevancia del mismo. Esta relevancia se obtuvo por medio de una reunión con las partes interesadas en la realización del proyecto.

1. **Costo:** Representa la estimación preliminar del monto de inversión que implica la solución. (Peso 6 puntos)
2. **Tiempo:** periodo de implementación de la solución. (Peso 3 puntos)
3. **Concentración de Beneficiarios:** cantidad de población favorecida de manera directa con la solución. (Peso 6 puntos)
4. **Impacto:** cambio sustancial generado por la solución. (Peso 6 puntos)
5. **Viabilidad:** la posibilidad de realizar la solución. (Peso 6 puntos)
6. **Grado de participación:** nivel de involucramiento en la implementación de la solución. (Peso 5 puntos)
7. **Pertinencia:** nivel de congruencia o Adecuamiento a la problemática en general. (Peso 3 puntos)

Definición de calificaciones:

Calificación	Ponderación
Bueno	3
Regular	2
Malo	1

Estas calificaciones aplican a todos los criterios, para la calificación de las estrategias participaron tres analistas: Representante de Comité de desarrollo turístico de Tecoluca, representante de Asociación de Desarrollo Turístico Los Nonualcos ASOTURNONUALCOS y uno de los consultores de esta tesis.

2. PLANES Y PROGRAMAS SELECCIONADOS

Se presenta a continuación la puntuación final de los analistas. La planificación seleccionada corresponde a aquellas que obtuvieron los valores de puntaje final mayor a noventa puntos.

	Costo		Tiempo		Concentración de Beneficiarios		Impacto		Viabilidad		Pertinencia		Grado de Participación		TOTAL PUNTAJE
	6		3		6		6		6		5		3		35
Plan de Desarrollo de Rutas, productos y servicios.	1	6	2	6	3	18	3	18	3	18	3	15	3	9	90
Plan de Capacitación.	3	18	3	9	2	12	3	18	3	18	3	15	3	9	99
Sistema de control e indicadores para la mejora.	2	12	3	9	3	18	3	18	2	12	3	15	2	6	90
Plan de Negocio por iniciativa	1	6	2	6	2	12	3	18	1	6	3	15	3	9	72
Plan de Financiamiento a iniciativas	1	6	2	6	2	12	2	12	1	6	2	10	1	3	55
Plan de desarrollo de infraestructura y servicio básicos	1	6	1	3	3	18	3	18	1	6	2	10	1	3	64
Plan de Marketing	2	12	2	6	3	18	3	18	3	18	3	15	2	6	93
Plan de Desarrollo Organizacional	3	18	3	9	3	18	2	12	3	18	3	15	2	6	96
Plan de Gestión para Alianzas e incidencia.	3	18	3	9	3	18	2	12	3	18	3	15	1	3	93
Plan de desarrollo tecnológico.	2	12	1	3	1	6	1	6	1	6	1	5	1	3	41
Buenas Prácticas en turismo sostenible.	2	12	2	6	2	12	2	12	2	12	3	15	1	3	72
Plan de ordenamiento territorial	1	6	1	3	3	18	2	12	1	6	2	10	1	3	58
Plan de rescate y conservación del Patrimonio cultural e Histórico	1	6	1	3	3	18	2	12	1	6	2	10	2	6	61

De la priorización de los Planes y Programas, los más importantes que conformaran la estrategia a desarrollar son:

Planes y Programas Seleccionados

Plan de Desarrollo de Rutas, productos y servicios.
 Plan de Capacitación.
 Sistema de control e indicadores para la mejora.
 Plan de Marketing
 Plan de Desarrollo Organizacional
 Plan de Gestión para Alianzas e incidencia.

ANEXO 3.4 CALCULO DEL UNIVERSO DE PERSONAS QUE CONFORMAN EL SEGMENTO DE TURISTAS NACIONALES.

Población Total para cálculo de demanda año 1.

MUNICIPIOS	POBLACIÓN TOTAL	JEFES DE HOGAR	MUNICIPIOS	POBLACIÓN TOTAL	JEFES DE HOGAR
San Salvador	316,090	87,186	Soyapango	241,403	64,352
Apopa	131,286	34,320	Tonacatepeque	90,896	24,555
Ayutuxtepeque	34,710	8,965	Antiguo Cuscatlán	33,698	9,269
Cuscatancingo	66,400	17,296	Colón	96,989	24,607
Delgado	120,200	30,717	Santa Tecla	121,908	31,855
Ilopango	103,862	27,707	Ciudad Arce	60,314	14,548
Mejicanos	140,751	38,601	Quezaltepeque	52,643	13,373
Nejapa	29,458	7,392	San Juan Opico	74,280	17,880
San Marcos	63,209	15,679	Santa Ana	245,421	63,695
San Martín	72,758	18,266	Sonsonate	71,541	17,762
TOTAL				2167,817	568,025

UNIVERSO= Jefes de Hogar (568,025) * 66% = 378,897

Total demanda en individuos año 1.

N°	OPCIÓN	PORCENTAJE	TOTAL GRUPO	TOTAL INDIVIDUOS
1	Solo	2%	7,578	7,578
2	Pareja	14%	53,046	106,091
3	Familia	58%	219,760	769,160
4	Amigos	26%	98,513	98,513
TOTAL DEMANDA PERIODO DE 1 AÑO:				981,342

ANEXO 3.5 AFLUENCIA DE TURISTA AL PARQUE TEHUACAN 2011- 2013 (NO. DE PERSONAS)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
2011	236	53	197	175	401	589	292	146	296	277	307	278
2012	358	483	393	381	295	121	442	393	269	294	254	293
2013	365	500	384	429	187	97	186	461	341	343	345	347

ANEXOS CAPITULO IV

ANEXO 4.1 REQUISITOS PARA CUMPLIR NORMATIVA LEGAL POR PARTE DE LA SOCIEDAD COLECTIVA

- 1) Constitución de la Sociedad
La Constitución de la Sociedad se hace por medio de Escritura Pública y se perfecciona su personería por medio de la inscripción en el Registro de Comercio
- 2) Número de Identificación Tributaria NIT
Es una tarjeta que contiene un número de identificación con el cual se otorga la calidad de contribuyente al fisco. Toda persona jurídica está obligada a tenerla, está obligada al pago de los impuestos de renta, vialidad, transferencia de bienes muebles y a la prestación de servicios, (IVA), y cualquier otra tributación fiscal, tienen la obligación de estar inscritos
- 3) Número de Registro de Contribuyente IVA
Es el registro del contribuyente por medio del cual se registrarán sus movimientos de ingresos y egresos (renta, honorarios, comisiones, y otros estipulados por la ley respectiva).
- 4) Número de Identificación Patronal
Se inscribe al comerciante social en el ISSS, Instituto Salvadoreño del Seguro Social. Así el patrono adquiere los compromisos de la seguridad social a que están sujetos los trabajadores del comité.
- 5) Inscripción en Dirección General de Estadística y Censos
Se inscribe a la sociedad en la Dirección General de Estadística y Censos donde se dan los datos esenciales de la misma, así como la información financiera con la que la sociedad inicia sus operaciones.

Además, de ser un requisito que solicita el Gobierno para poder medir la actividad económica, esta inscripción es necesaria para obtener la Matrícula de Comercio.
- 6) Inscripción de Matrícula de Empresa y Establecimiento
Todo comerciante social tiene la obligación de matricularse en el Registro de Comercio. Cada empresa tendrá una sola matrícula La matrícula de empresa será el documento que compruebe la propiedad de la empresa mercantiles contra terceros. Ninguna empresa podrá funcionar sin estar matriculada
- 7) Registro del Centro de Trabajo. Reglamento Interno de Trabajo
Se deben presentar los siguientes documentos:
 - Formulario respectivo completado
 - Cédula de Identidad Personal del representante legal
 - Copia del Testimonio de Escritura de Constitución

8) Registro de Alcaldía y Solvencia Municipal

El objeto de esta inscripción es asignar una tasa de interés al comerciante social de acuerdo a su activo y pagar tasas municipales. El monto que se paga varía de un municipio a otro de acuerdo al capital social y según el tipo de actividad que realiza.

9) Libros Legales

Las sociedades están obligadas a llevar ciertos libros en los que asentarán obligatoriamente todas sus operaciones.

ANEXO 4.2 MANUAL DE ORGANIZACION CDTT

MANUAL DE ORGANIZACION

LOGO	MANUAL DE ORGANIZACIÓN DE EL COMITÉ DE DESARROLLO DE TURISMO COMUNITARIO DE TECOLUCA
------	---

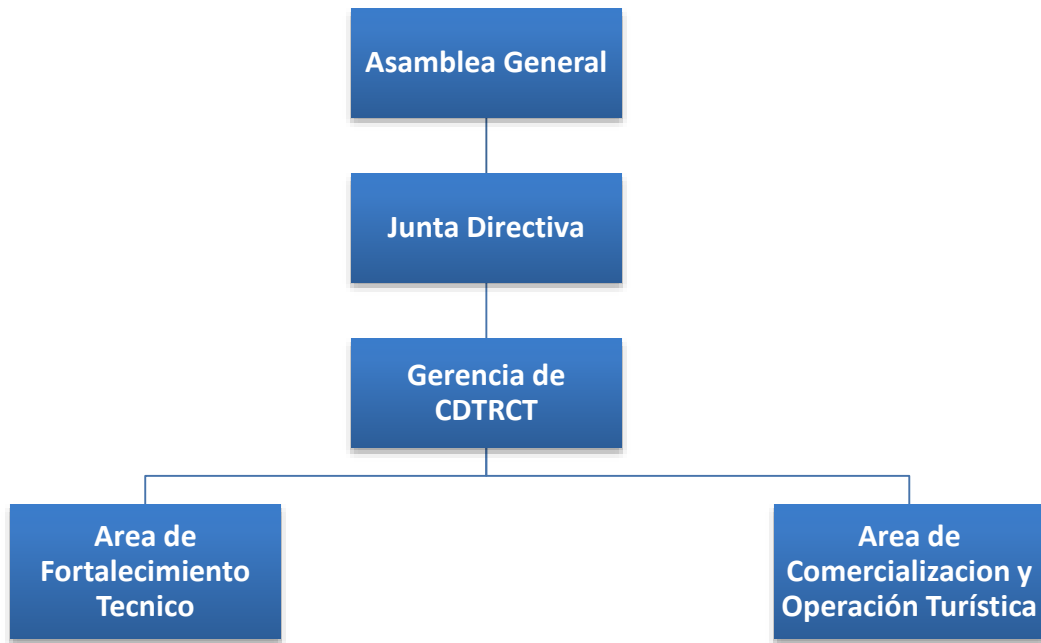
INTRODUCCIÓN

El presente manual de organización tiene como propósito, dar a conocer de una manera clara y objetiva la forma de operación de las diferentes unidades de las cuales se encuentra constituida la sociedad a través del comité de desarrollo de turismo rural de Tecoluca, así como también las funciones que desempeñaran las diferentes áreas operativas que lo conforman. Y que permita identificar con claridad las responsabilidades de cada una y evitar la duplicidad de funciones, conocer las líneas de comunicación y de mando, y proporcionar los elementos para alcanzar la excelencia en el desarrollo de sus funciones.

Es importante que las personas responsables de cada uno de los cargos asignados, tenga en cuenta lo descrito en este manual para desempeñar la función asignada para evitar problemas de trabajo y coordinación de las actividades que se estarán desarrollando.

Por ser un documento de consulta frecuente, este manual deberá ser actualizado cada año, o en su caso cuando exista algún cambio funcional al interior de un área del comité, por lo que cada una de las unidades deberá aportar la información necesaria para este propósito.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DEL COMITÉ



MANUAL DE ORGANIZACIÓN

NOMBRE DE LA UNIDAD: ASAMBLEA GENERAL	Pag. 1 de 5
--	--------------------

Dependencia Jerárquica:		Unidades Subordinadas:	Junta Directiva
--------------------------------	--	-------------------------------	------------------------

DESCRIPCIÓN GENERAL:

La Asamblea General, es la autoridad máxima de la Asociación y estará integrada por la totalidad de los Miembros Activos y Fundadores del comité.

FUNCIONES:

- Elegir, ratificar, aceptar renunciaciones y destituir total o parcialmente a los miembros de la Junta Directiva por Mayoría de votos de los asistentes
- Nombrar el Auditor Externo y fijar sus emolumentos
- Aprobar, reformar o derogar los Estatutos y el Reglamento Interno de la Sociedad Colectiva
- Aprobar o desaprobar la Memoria Anual de Labores de la Sociedad presentada por la Junta Directiva
- Ratificar las cuotas periódicas y contribuciones eventuales de los miembros
- Decidir sobre la compra, venta o enajenación de los bienes inmuebles pertenecientes a la Sociedad.
- Facultar a la Junta Directiva como directora y administradora de la Asociación para aplicar las medidas administrativas necesarias y convenientes durante su gestión, todas encaminadas a la consecución de los fines de la sociedad.
- Decidir todos aquellos asuntos de interés para la Sociedad y que no estén contemplados en los Estatutos.

Elaborado por:	Ings. Anaya, Cruz y Reyes	Aprobado por:	
----------------	---------------------------	---------------	--

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

NOMBRE DE LA UNIDAD: JUNTA DIRECTIVA	Pag. 2 de 5
---	--------------------

Dependencia Jerárquica:	ASAMBLEA GENERAL	Unidades Subordinadas:	GERENCIA DE CDTT
--------------------------------	-------------------------	-------------------------------	-------------------------

DESCRIPCIÓN GENERAL:

La dirección y administración de la Sociedad estará confiada a la Junta Directiva electa en la Asamblea General ordinaria de fin de período. Estará integrada de la siguiente forma: Un Presidente, Un Vice-Presidente, Un Secretario, Un Tesorero, Cuatro vocales y un Síndico(a). Serán electos para un periodo de DOS años

FUNCIONES:

- Desarrollar las actividades necesarias para el logro de los fines de la sociedad
- Velar por la administración eficiente y eficaz del Patrimonio de la sociedad
- Elaborar y presentar la Memoria Anual de Labores de la sociedad
- Promover la elaboración de planes, programas, proyectos y presupuestos de la sociedad e informar a la Asamblea General
- Fomentar las buenas relaciones entre los miembros del comité y las comunidades
- Representar a la Sociedad en todos los actos a que fuere invitada, ya sean religiosos, cívicos, oficiales, sociales, etc.
- Autorizar las inversiones importantes de la Sociedad
- Nombrar comisiones especiales para realizar la acciones, estudios o en general cualquier otra actividad que fuere necesaria para la consecución de los fines de la Sociedad
- La Junta Directiva tiene facultades amplias para tomar disposiciones, que sin estar previstas en los Estatutos, tiendan a la consecución de sus fines, su sostenibilidad y la resolución de problemas y circunstancias que detengan su desarrollo
- Integrar comisiones de trabajo
- Nombrar y proponer los representantes de la sociedad ante los organismos que corresponda
- Resolver y tratar problemas que por su naturaleza económico-social o administrativa, afecten a los miembros de la sociedad
- Presentar una propuesta programática de las asambleas generales ordinarias y extraordinarias
- Aprobar las normas administrativas que estime convenientes

Elaborado por:	Ings. Anaya, Cruz y Reyes	Aprobado por:	
----------------	---------------------------	---------------	--

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

NOMBRE DE LA UNIDAD: Gerencia de Comité de Desarrollo de TRC de Tecoluca	Pag. 3 de 5
---	-------------

Dependencia Jerárquica:	Junta Directiva	Unidades Subordinadas:	Área de Fortalecimiento Técnico y Área de Comercialización y Operaciones Turística
--------------------------------	-----------------	-------------------------------	--

DESCRIPCIÓN GENERAL:

Esta unidad es la encargada de velar por todas las operaciones de las áreas encargadas de las rutas, iniciativas y paquetes turísticos; así como de liderar y coordinar los planes de los mismos; supervisar y dirige el trabajo general del comité.

FUNCIONES:

- Realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento de las funciones de las diferentes áreas.
- Programar, dirigir y controlar las actividades que se realizan en las áreas respectivas del comité
- Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con objetivos anuales.
- Desarrollar las actividades administrativa-financieras para asegurar que los registros y sus análisis se están llevando correctamente.
- Desarrollar la gestión de recursos técnicos y financieros para el fortalecimiento del comité
- Controlar el cumplimiento de las políticas sobre los miembros de las áreas.
- Coordinar proyectos de inversión que contribuyan al cumplimiento de su misión.
- Identificar, evaluar y proponer alternativas de nuevos negocios en diversas áreas para el comité.
- Elaborar informes económico-financieros. (trimestralmente).
- Llevar el control de pagos a personal
- Llevar el registro estadístico de los beneficios económicos que se están obteniendo en beneficio de nuevas actividades y oportunidades de trabajo.
- Llevar el registro de las iniciativas socias que ingresen y las aportaciones de cada una de ellas.

Elaborado por:	Ings. Anaya, Cruz y Reyes	Aprobado por:	
----------------	---------------------------	---------------	--

MANUAL DE ORGANIZACIÓN

NOMBRE DE LA UNIDAD: Área de Fortalecimiento Técnico			Pag. 4 de 5
Dependencia Jerárquica:	Gerencia del Comité de Desarrollo TRC de Tecoluca	Unidades Subordinadas:	

DESCRIPCIÓN GENERAL:

Esta área es la responsable de garantizar soporte técnico humano, material e infraestructura turística del municipio tanto pública como privada de las iniciativas socias del comité, para prestar los servicios de calidad y el desarrollo de buenas prácticas de turismo en el marco de los principio del TRC.

FUNCIONES:

- Comunicar a los entes de cada iniciativa los reglamentos en cuestión de calidad turística y buenas prácticas para que todos lo pongan en práctica sus iniciativas.
- Llevar un control de la calidad que se brinda al turista en el desarrollo de las actividades y el servicio turístico.
- Encargado del programa de señalización de la zona
- Gestionar el requerimiento de materiales para los fines de su función.
- Gestionar el mantener calidad continua y las correctas prácticas turísticas tanto por los turistas como de la sociedad y de toda la comunidad.
- Elaborar planes de emergencia, de atención y otros relacionados a la salud para el turista.
- Gestionar los planes de mantenimiento de la infraestructura y atractivos turísticos públicos en coordinación con la municipalidad e instituciones del gobierno central
- Coordinar con las iniciativas el buen mantenimiento de la infraestructura turística privada.
- Mantenerse actualizado con la información pertinente a la calidad turística y buenas prácticas turísticas.
- Coordinar las capacitaciones y formación técnica al personal de las iniciativas miembros del comité en diferentes servicios turísticos.
- Gestionar la seguridad que se brindará al turista con la POLITUR y la Municipalidad.

1

Elaborado por:	Ings. Anaya, Cruz y Reyes	Aprobado por:	
----------------	---------------------------	---------------	--

MANUAL DE ORGANIZACIÓN			
NOMBRE DE LA UNIDAD: Área de Comercialización y Operación Turística			Pag. 5 de 5
Dependencia Jerárquica:	Junta Directiva	Unidades Subordinadas:	
DESCRIPCIÓN GENERAL:			
<p>Esta área es la responsable de planificar y ejecutar la promoción del TRC de Tecoluca y a la vez comercializar los paquetes turísticos coordinando con las diferentes prestadores de servicio miembros del comité.</p>			
FUNCIONES:			
<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir y coordinar la realización del plan de promoción y publicidad. • Planear las actividades comercialización y operación de los paquetes turísticos. • Establecer y contactar los servicios de especialistas para elaborar estudios de mercados. • Coordinar y supervisar los programas de promoción y publicidad • Desarrollar y mantener la imagen de la marca. • Crear nuevos incentivos para los turistas. • Coordinar la operación de los paquetes turísticos comercializados como comité. • Encargado de la información pertinente para el turista o publico de interés general. • Informar de la respuesta que el turista da hacia el lugar, y todos los datos estadísticos de llegadas, actividades realizadas etc. • Contratar los diferentes servicios a prestar en el marco de los paquetes turísticos con cada una de las iniciativas socias del comité o con particulares si no hubiese oferta de los miembros. 			
Elaborado por:	Ings. Anaya, Cruz y Reyes	Aprobado por:	

ANEXO 4.3 REQUERIMIENTOS DE RECURSOS POR CADA INICIATIVA O EMPRESA TURISTICA.

1) Parque Eco-turístico Tehuacán

Infraestructura:

- Instalación de un canopy
- Instalación de un muro de escalar
- Adecuamiento de oficina de comercialización de servicio e información turística.
- Reparación de cabañas
- Señalización de los diferentes áreas del parque
- Reparación de calle de acceso al parque

Equipamiento e insumos:

- Tiendas de acampar
- Bicicletas de montaña
- Cañas de pescar
- Carnadas
- Equipo de escalar
- Binoculares
- Artesanías del municipio
- Promocionales del parque y del municipio
- Mapas y brochure del parque y del municipio
- Arrendamiento de caballos
- Depósitos de basura por tipo de desechos

2) Polígono Solidaridad

Infraestructura:

- Adecuamiento de kiosko de comercialización de servicios e información turística.
- Señalización de los diferentes áreas del polígono y recorridos
- Mantenimiento de calle de acceso al polígono.

Equipamiento e insumos:

- Binoculares para guías turísticos
- Mostradores
- Escritorio con silla
- Computadora de escritorio
- Mesas y sillas

- Estantes
- Juegos depósitos para separación de desechos
- Artesanías del municipio
- Promocionales del polígono y del municipio
- Mapas y brochure del polígono y del municipio.

3) Planta de Marañón

Infraestructura:

- Adecuamiento de kiosco de comercialización de la planta e información turística.
- Señalización de los diferentes áreas de la planta y recorridos
- Mantenimiento de calle de acceso a la planta

Equipamiento e insumos:

- Mostradores
- Escritorio con silla
- Mesas y sillas
- Estantes
- Juegos depósitos para separación de desechos
- Productos de la planta: Semilla, jugo y vino de marañón y frutas deshidratada
- Promocionales del municipio
- Mapas y brochure del municipio

4) Isla de Montecristo

Infraestructura:

- Adecuamiento de cabañas.
- Adecuamiento de rancho de restaurante
- Señalización de los diferentes áreas y recorridos de la isla
- Señalización de canales para practica de pesca kayak
- Señalización de áreas de camping y fogatas en la playa
- Mantenimiento de calle de acceso a la planta
- Reparación de muelle

Equipamiento e insumos:

- Mesas y sillas de madera para restaurante
- Cañas de pescar
- Kayak
- Chalecos salvavidas
- Binoculares
- Juegos depósitos para separación de desechos

- Tiendas de campaña
- Monturas para caballo
- Promocionales de la isla y el municipio
- Mapas y brochure del municipio

5) Sitio turístico la Pita (Restaurante, cabañas, manglares y Rio Lempa, planta de pescado)

Infraestructura:

- Adecuamiento de cabañas en Hostal Lempa Mar.
- Adecuamiento de Baños para Huéspedes en Hostal Lempa Mar
- Reparación de muelle publico
- Señalización de las diferentes áreas y servicios del sitio.
- Señalización de senderos de recorrido en la Planta de Procesamiento de Mariscos.

Equipamiento e insumos:

- Chalecos salvavidas
- Binoculares
- Juegos depósitos para separación de desechos

6) Isla Tasajera (Conchas, vivero de tortugas, estero de Jaltepeque y manglares)

Requerimientos de recursos para la Isla de Montecristo:

Infraestructura:

- Señalización de los diferentes áreas y recorridos de la isla
- Señalización de canales para practica de pesca kayak
- Señalización de áreas de camping y fogatas en la playa
- Kiosko para venta de souvenir y productos del mar
- Adecuamiento de baños
-

Equipamiento e insumos:

- Mesas y sillas de madera para restaurante
- Frezzer
- Mostradores
- Binoculares
- Juegos depósitos para separación de desechos
- Tiendas de campaña
- Artesanías del mar
- Promocionales de la isla y el municipio
- Mapas y brochure del municipio.

ANEXO 4.4 DETALLE DE PAQUETES POR CADA RUTA

RUTA MEMORIAS DE TEHUACAN		
PAQUETE 1: DE UN DIA		
HORARIO	LUGAR	ACTIVIDAD
8:00 am	Parque Tehuacán	Recepción, registro y charla explicativa sobre historia del parque
9:00 am	Parque Tehuacán	Visita Guiada a Miradores
11:00 am	Parque Tehuacán	Visita Guiada a Mariposario, Museo y Ruinas
12:00 m	Parque Tehuacán	Almuerzo
1:30 pm	Parque Tehuacán	Dos actividades recreativas opcionales: Pesca, Paseo en Bicicletas, Paseo en Caballo, Cannopy, Escalar Muro o Avistamiento de aves
3:00 pm	Parque Tehuacán	Presentación de productos, promocionales y refrigerio
3:30 pm	Parque Tehuacán	Libre: Baño en piscina, recorres instalaciones, tiendas o descanso.
5:00 pm	Parque Tehuacán	Retorno a su lugar de origen

RUTA MEMORIAS DE TEHUACAN		
PAQUETE 2: DOS DIAS Y UNA NOCHE		
DIA 1		
HORARIO	LUGAR	ACTIVIDAD
8:00 am	Parque Tehuacán	Recepción, registro y charla explicativa sobre historia del parque
9:00 am	Parque Tehuacán	Visita Guiada a Miradores
11:00 am	Parque Tehuacán	Visita Guiada a Mariposario, Museo y Ruinas
12:00 m	Parque Tehuacán	Almuerzo
1:30 pm	Parque Tehuacán	Dos actividades recreativas opcionales: Pesca, Paseo en Bicicletas, Paseo en Caballo, Cannopy, Escalar Muro o Avistamiento de aves
2:30 pm	Parque Tehuacán	Entrega de Cabañas o Asignación de tiendas de campaña a huéspedes
3:00 pm	Parque Tehuacán	Presentación de productos, promocionales y refrigerio
3:30 pm	Parque Tehuacán	Libre: Baño en piscina, recorres instalaciones, tiendas o descanso.
6:00 a 8:00 pm	Parque Tehuacán	Cena
DIA 2		
7:00 am	Parque Tehuacán	Desayuno
8:00 am	Transporte al Polígono	Recorrido por el Pueblo de Tecoluca hasta Polígono
9:00 am	Polígono Solidaridad	Recepción, charla explicativa y
9:30 am	Polígono Solidaridad	Recorrido por plantas de Jugo de Marañón, filtros o controladores de plagas
12:00 m	Polígono Solidaridad	Almuerzo

1:00 pm	Polígono Solidaridad	Comercialización de promocionales, productos y artesanías
1:30 pm	Traslado a Parque Tehuacán	Recepción en parque
2:00 pm	Parque Tehuacán	Devolución de llaves de cabañas o tiendas de acampar
2:30 pm	Parque Tehuacán	Dos actividades recreativas opcionales: Pesca, Paseo en Bicicletas, Paseo en Caballo, Cannopy, Escalar Muro o Avistamiento de aves
3:30 pm	Parque Tehuacán	Libre: Baño en piscina, recorres instalaciones, tiendas o descanso.
5:00 pm	Parque Tehuacán	Retorno a su lugar de origen

RUTA LOS CAMINOS DEL MARAÑÓN		
PAQUETE 3: UN DIA		
HORARIO	LUGAR	ACTIVIDAD
8:00 am	Polígono Solidaridad	Recepción, registro y charla explicativa sobre sobre el marañón
8:30 am	Polígono Solidaridad	Recorrido por plantas de Jugo de Marañón, filtros o controladores de plagas y venta de productos y promocionales
9:30 am	Salida a Planta de Marañón	Recorrido por Carretera Litoral y Calle a San Carlos Lempa
10:00 am	Planta de Procesamiento de Marañón	Recorrido por planta de Semilla de Marañón y venta de productos y promocionales
11:30 am	Salida al Sitio Turístico La Pita	Recorrido hacia la Pita
12:00 m	Sitio Turístico La Pita	Almuerzo en Restaurante Lempa Mar
1:00 pm	Planta de Mariscos	Recorrido por planta de Mariscos y venta de productos y promocionales
2:30 pm	Hostal Lempa Mar	Libre: Baño en el rio Lempa, recorrido de instalaciones, tiendas o descanso o alquiler de lanchas, kayak, bonoculares, equipos de pesca
4:15 pm	Retorno al Polígono	Recorrido hasta el Polígono
5:00 pm	Polígono Solidaridad	Retorno a su lugar de origen por su medio

RUTA LOS CAMINOS DEL MARAÑÓN		
PAQUETE 4: DOS DIAS Y UNA NOCHE		
DIA 1		
HORARIO	LUGAR	ACTIVIDAD
8:00 am	Polígono Solidaridad	Recepción, registro y charla explicativa sobre sobre el marañón

8:30 am	Polígono Solidaridad	Recorrido por plantas de Jugo de Marañón, filtros o controladores de plagas y venta de productos y promocionales
9:30 am	Salida a Planta de Marañón	Recorrido por Carretera Litoral y Calle a San Carlos Lempa
10:00 am	Planta de Procesamiento de Marañón	Recorrido por planta de Semilla de Marañón y venta de productos y promocionales
11:30 am	Salida al Sitio Turístico La Pita	Recorrido hacia la Pita
12:00 m	Sitio Turístico La Pita	Almuerzo en Restaurante Lempa Mar
1:00 pm	Hostal Lempa Mar	Registro y entrega de cabañas o tiendas de acampar
1:30 pm	Planta de Mariscos	Recorrido por planta de Mariscos y venta de productos y promocionales
2:30 pm	Hostal Lempa Mar	Libre: Baño en el río Lempa, recorrido de instalaciones, tiendas o descanso o alquiler de lanchas, kayak, binoculares, equipos de pesca
5:00 pm	Hostal Lempa Mar	Actividad expositiva de sobre el cultivo del Marañón
7:00 pm	Hostal Lempa Mar	Cena
8:00 pm	Hostal Lempa Mar	Libre
DIA 2		
7:00 am	Hostal Lempa Mar	Desayuno
8:00 am	Salida a Isla Montecristo	Recorrido en Lancha por desembocadura de Lempa a Isla de Montecristo
9:00 am	Isla de Montecristo	Recepción, charla explicativa sobre las actividades de la Isla
9:30 am	Isla de Montecristo	Recorrido a plantación de Marañón y visita a Playa
12:00 m	Isla de Montecristo	Almuerzo en Isla
1:00 pm	Retorno a La Pita	Recorrido en lancha hacia La Pita
1:30 pm	Hostal Lempa Mar	Devolución de llave de Cabañas y Tiendas de acampar
2:00 pm	Hostal Lempa Mar	Dos actividades recreativas opcionales: Pesca, Kayak o Avistamiento de aves o paseo por brazos del Río Lempa.
4:00 pm	Retorno a Polígono	Libre: Baño en piscina, recorres instalaciones, tiendas o descanso.
5:00 pm	Polígono Solidaridad	Retorno a su lugar de origen

RUTA BRISAS DE LEMPA-MAR		
PAQUETE 5: UN DIA		
HORARIO	LUGAR	ACTIVIDAD
8:00 am	Hostal Lempa Mar	Recepción, registro y charla explicativa sobre la actividad de la zona
8:30 am	Salida a Isla de Tasajera	Recorrido en Lancha por desembocadura de Lempa
9:30 am	Corral de Huevos de Tortuga	Recorrido Guiado y explicación de actividad de protección de tortugas y baño en playa

11:30 am	Cultivo de Conchas	Visita a Cultivo de Conchas
12:30 am	Isla de Tasajera	Almuerzo en Isla de Tasajera
1:30 m	Retorno a La Pita	Libre: Baño en el río Lempa, recorrido de instalaciones, tiendas o descanso o alquiler de lanchas, kayak, binoculares, equipos de pesca
3:30 pm	Hostal Lempa Mar	Refrigerio y venta de productos y promocionales
4:00 pm	Planta de Mariscos	Visita guiada a Planta de Mariscos
4:45 pm	Hostal Lempa Mar	Retorno a su lugar de origen por su medio

RUTA BRISAS DE LEMPA MAR		
PAQUETE 6: DOS DIAS Y UNA NOCHE		
DIA 1		
HORARIO	LUGAR	ACTIVIDAD
8:00 am	Hostal Lempa Mar	Recepción, registro y charla explicativa sobre la actividad de la zona
8:30 am	Salida a Isla de Tasajera	Recorrido en Lancha por desembocadura de Lempa
9:30 am	Corral de Huevos de Tortuga	Recorrido Guiado y explicación de actividad de protección de tortugas y baño en playa
11:00 am	Cultivo de Conchas	Visita a Cultivo de Conchas
12:00 am	Isla de Tasajera	Almuerzo en Isla de Tasajera
1:00 am	Salida a Isla de Montecristo	Recorrido Guiado y explicación de actividad de protección de tortugas y baño en playa
1:30 pm	Isla de Montecristo	Asignación de cabañas o tiendas de acampar
2:30 pm	Isla de Montecristo	Dos actividades opcionales: recorrido de la isla a caballo, Paseo en cayucos, kayak, binoculares, equipos de pesca o caminata a playa o cultivo de Marañón
4:30 pm	Isla de Montecristo	Refrigerio y Actividad expositiva la vida en la isla y libre
7:00 pm	Isla de Montecristo	Cena
8:00 pm	Isla de Montecristo	Libre
DIA 2		
7:00 am	Isla de Montecristo	Desayuno
8:00 am	Salida a Playa	Recorrido hacia playas
9:00 am	Playa de Montecristo	Baño en Playa o Pesca en desembocadura de Lempa
12:00 am	Isla de Montecristo	Almuerzo
1:00 pm	Isla de Montecristo	Devolución de Llaves y Tienda de acampar
1:30 pm	Retorno a La Pita	Recorrido en lancha hacia La Pita
2:00 pm	Planta de Marisco	Visita Guiada a Planta de Mariscos y venta de Productos
3:00 pm	Hostal Lempa Mar	Libre para: Baño en Río Lempa, Pesca, Kayak o Avistamiento de aves o paseo por brazos del Río Lempa
5:00 pm	Hostal Lempa Mar	Retorno a su lugar de origen

ANEXO 4.5 CONTROL Y NECESIDADES DE CAPACITACION

A continuación se presenta un formato para llevar un control de las personas que han recibido capacitaciones y las que aún no:

N° de personas capacitadas	Rubros a los que pertenecen	Tipo de capacitación brindada	Personas que no han recibido capacitación

Es muy importante tener en cuenta que se deberá llevar un control sobre las capacitaciones impartidas, los resultados positivos o negativos que se han obtenido con la aplicación de conocimientos adquiridos por las personas capacitadas, dependiendo de esos resultados se definirá una programación para las próximas capacitaciones, los temas a impartir, el número de personas que se someterán.

Para esto se necesita de un formato que ayude a recopilar los resultados, a programar fechas, describir el tipo de capacitación de acuerdo a las definidas anteriormente y los temas de acuerdo a las necesidades requeridas por la comunidad. Este se presenta a continuación

Resultados de capacitaciones brindadas	Fecha de próxima capacitaciones	Tipo de capacitación	Cantidad de personas participes	Temas a cubrir	Responsable

ANEXO 4.6. CONDICIONES PARA EL ÉXITO DEL NEGOCIO EN TURISMO

Para que el negocio del Turismo tenga éxito deben cumplirse cuatro condiciones básicas:

- **Interesar al mercado (que el Destino interese).** Para interesar al mercado resulta esencial conocer las motivaciones subjetivas que impulsan a los potenciales turistas, de otra manera, se comenzaría a trabajar sobre bases falsas o supuestos inexistentes que atentarían contra la constitución misma del destino y su llegada al mercado.
- **Vender** (¿qué hacer para vender nuestro Destino?). Sería erróneo creer que sólo se trata de vender alojamiento, gastronomía, actividades y demás prestaciones, con el valor agregado de la identidad turística, los atractivos, el entorno y el intercambio socio-cultural y ambiental. El Destino debe tener capacidad para satisfacer las expectativas de los turistas, siendo esto primordial en el momento de definir los parámetros de la calidad.
- **Satisfacer al turista que llega al Destino.** Para hacer negocio se requiere, además de interesar al mercado y de vender el Destino como algo atractivo y de calidad, satisfacer al turista que llega. Un turista insatisfecho se transforma en un difusor de abandono para la elección del Destino por parte de otros posibles turistas, generando una forma de reacción en cadena, por lo que una vez más la gestión de la calidad se torna relevante en la consideración integral del turismo.
- **Retener al turista.** Para que el turista retorne al destino, es necesario retenerlo como cliente, transformarlo en cliente fiel, para que desee volver y consumir los productos del destino y convencer a otros potenciales clientes para que también visiten el destino y, a su vez se marchen con el deseo de regresar.

Estas dos últimas condiciones constituyen la esencia de la rentabilidad y la sustentabilidad del Destino Turístico y son la consecuencia de la calidad integral del mismo.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) define a la calidad como: “El resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad con las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural”.

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo “la calidad total es la apuesta más segura para lograr la competitividad. Es decir, las organizaciones turísticas deben garantizar a los clientes que son capaces de responder a sus necesidades, deseos y expectativas, mejor que los competidores. Su objetivo es claro: satisfacer a los clientes en todos los ámbitos, logrando de esta manera beneficios mutuos para visitantes, empresas y residentes.

Bajo el conceptualización anterior, es que se propone el presente plan de Gestión de la Calidad Turística para el desarrollo del TRC de Tecoluca.

ANEXO 4.7-INSTRUMENTOS DE GESTION DE CALIDAD Y NIVLES DE SATISFACCION

COMITÉ DE DESARROLLO DE TURISMO COMUNITARIO DE TECOLUCA

SATISFACCION DEL CLIENTE

Fecha: ____/____/____ Encargado: _____

Paquete turistico: Paquete N°

Actividades individuales: Actividades que realizo el turista: _____

ATRIBUTOS DE CALIDAD

IMPORTANCIA DE ATRIBUTO

	Muy importante	Importante	Poco importante	No importante
Comodidad _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Confianza _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Atencion al cliente _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seguridad _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Higiene _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Acceso a la zona _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diversificación _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Protección de turistas en actividades _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Transporte _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Variedad de alimentos y comida preparada local _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sabor de comida _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

GRADO DE SATISFACCIÓN

	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	Excelente
Comodidad _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Confianza _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Atención al cliente _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Seguridad _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Higiene _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Acceso a la zona _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Diversificación _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Protección de turistas en actividades _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Transporte _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Variedad de alimentos y comida preparada local _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sabor de comida _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Calificación	Explicación
Malo	Significa que el atributo no cumplió con las expectativas del cliente por lo tanto no fue satisfactorio si se obtiene una respuesta que aumenta a partir del 10 % deberán buscarse medidas rápidas que mejore la situación.
Regular	Significa que el atributo fue percibido positivamente por el turista pero no fue lo suficiente para cumplir su satisfacción. Si el porcentaje de estas opiniones es mayor a 30% deberá tomarse medidas de solución para bajar estas expectativas.
Bueno	Significa que el atributo el turista lo percibió le pareció que satisfacía de forma general su expectativa pero no es la mejor calidad que ha visto en comparación a otros lugares u otras experiencias. Si esta es mayor al 40% significa que hay que seguir buscando mejores formas para brindar mayor calidad en estos atributos.
Muy bueno	Esto da a conocer que el turista le parece que satisface sus expectativas y que podría regresar a el destino pero aun así no sobrepasa al de otros lugares que han visitados o conocido .si el porcentaje es mayor a 50 % significa que se tienen buenos resultados pero hay que seguir mejorando
Excelente	Significa que los atributos cumplen con la calidad y pasa las expectativas de los turistas por lo que debe de seguirse trabajando de esta manera con la calidad de estos. Si este es mayor o igual al 50 % es un porcentaje satisfactorio e indica que debe de seguirse ofreciendo esa calidad y si es posible mejorar.

- **Gestión de Quejas**

Serán las acciones sistemáticas y estructuradas que llevara a cabo el comité para la recogida, evaluación y búsqueda de soluciones a las quejas de los clientes, esta se hará a través de un buzón de quejas, sugerencias y opinión del servicio ofrecido.

El procedimiento será:

- 1) Recepción de queja reclamo o sugerencia en el buzón de cada iniciativa
- 2) Recolección de información de los buzones
- 3) Procesamiento de la información
- 4) Reunión para análisis de la información en el comité
- 5) Retroalimentación a iniciativas y personal para erradicar los problemas percibidos por los turistas

El formato a utilizar es el siguiente:

COMITÉ DE DESARROLLO DE TURISMO COMUNITARIO DE TECOLUCA		
<i>FORMATO DE PROCESAMIENTO DE QUEJAS</i>		
Periodo de analisis _____		
Fecha: ____ ____ ____	Encargado _____	
PROBLEMAS IDENTIFICADOS	FRECUENCIA DE PROBLEMAS	ACTIVIDADES RELACIONADAS A ESTOS PROBLEMAS
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
Observaciones: _____		

La información se recolectara de forma mensual en la que se observaran especialmente aquellos punto de mayor afluencia como lo es semana santa, vacaciones agostinas, vacaciones decembrinas y fines de semana, así también cuando se programen visitas de grupo se pasara dicha encuesta a los turistas para que dejen sus opiniones antes de irse del lugar.

Estos análisis serán responsabilidad del encargado de calidad y su análisis y solución será a través de una reunión con todos los miembros del comité.

ANEXO 4.8 PUNTOS CLAVE EN LA CALIDAD TURISTICA

- PUNTOS CLAVES.

Los puntos claves son retomados de algunos de los factores que determinan el cumplimiento de la calidad en espacios turísticos rurales según la OMT, por lo tanto serán los que determinarán la evaluación de calidad en cada una de las actividades que se pretenden desarrollar en la zona. Estos se definen de la siguiente manera:




- ✓ Seguridad: cada uno de los productos o servicios turísticos deberán contar con el equipo necesario de protección personal para asegurar la salud de los visitantes y cualquier accidente durante la práctica de actividades, así como también deberán contar con los medios de señalización correspondientes a cada actividad para representar las zonas de peligro que se encuentren en la zona. La seguridad contempla todos aquellos elementos laborales, de higiene y salubridad, la prevención de actos delictivo y los accidentes en las operaciones turísticas.
- ✓ Higiene: Cada una de las actividades deberá tener en cuenta que la higiene es un elemento muy importante para asegurar las visitas de los turistas, por lo tanto cada alojamiento y restaurante deberá cumplir con las normas de alojamiento y de inocuidad estipuladas por la ley, así como también las actividades agropecuarias, agroindustriales, eco turísticas, de aventura y de turismo cultural deberán de mantener lugares y caminos saludables y limpios.
- ✓ Accesibilidad: Cada uno de las actividades turísticas deberán contar con caminos específicos, señalizados y en buenas condiciones para permitir el acceso de los turistas.
- ✓ Información clara sobre contenido de actividades: para cada una de las actividades que se brinden en la zona se deberá de informar al turista sobre las características de las actividades, el contenido de paquetes o rutas que se ofrezcan y con un precio definido, con el fin de que el turista este consciente del pago de cada uno de los servicios que desee experimentar. Esta información tendrá que ser coordinada entre el comité y cada una de las iniciativas miembros del comité que este prestando un servicio turístico.
- ✓ Novedad: el servicio turístico deberá ofrecer una experiencia única, que lo caracterice de otras experiencias similares, teniendo en cuenta la opinión y satisfacción del turista cuando realice las diferentes actividades proporcionadas en la zona.

ANEXO 4.9 RANGOS PARA LA EVALUACION DE LA CALIDAD

Para definir estos rangos se considerará lo siguiente:

- ✓ Un promedio de 10 encuestas realizadas a los turistas cuando se realice la evaluación.
- ✓ Las preguntas 2 y 3 de la encuesta para los turistas que se refieren al cumplimiento de expectativas del turista y a los puntos claves que ayudan a determinar el cumplimiento de la calidad en el servicio turístico.
- ✓ Calificación de preguntas 2 y 3 de la encuesta para los turistas calificadas como Buenas o Excelentes

**COMITÉ DE DESARROLLO DE TURISMO COMUNITARIO DE
TECOLUCA**
CALIFICACIÓN PARA OBTENCIÓN DE RESULTADOS DE CALIDAD

Rango	Calificadas como Buenas o Excelentes (Promedio de 10 encuestas)	Se necesitan:	De qué forma atacar:	Simbología
1	De 1 a 4 encuestas	Acciones Correctivas	Drásticamente	Alerta 
2	De 5 a 7 encuestas	Mejoras	A largo plazo	Necesita 
3	De 8 a 10 encuestas	Aceptable	—	Aceptable 

ANEXO 4.10 EVALUACION INTERNA Y EXTERNA EN CALIDAD

- **EVALUACIÓN INTERNA**

Es necesario conocer como se está brindando el servicio turístico desde el punto de vista interno, es decir como Comité Turístico, el cual deberá estar pendiente con las evaluaciones que se realicen a cada una de las actividades y de esta manera controlar y mejorar la calidad de los servicios turísticos que se ofrecen.

Lista de chequeo de calidad: Para poder verificar si se están poniendo en práctica los puntos claves o factores que determinan si se está cumpliendo con la calidad en los productos o servicios turísticos que se esperan ofrecer, es necesario hacer uso de una lista de chequeo que permita comprobar que se está ofreciendo un servicio de calidad.

- **EVALUACION EXTERNA**

Lo primordial es comprometerse a asegurar la satisfacción de los clientes en todo el proceso en el que se esté desarrollando las actividades, por lo que es muy importante conocer la opinión de los turistas de acuerdo a la prestación del servicio. Para esto es necesario realizar encuestas dirigidas a los turistas que ayudaran a identificar los problemas que se encuentran, sugerencias, etc., y permitir mejorar la calidad en los servicios que se ofrecen.

A continuación se presenta un instrumento que se puede tomar como base para identificar las fallas y mejoras que puede necesitar el servicio turístico que se espera ofrecer:

COMITÉ DE DESARROLLO DE TURISMO COMUNITARIO DE TECOLUCA <i>ENCUESTA AL TURISTA</i>				
<p>1. ¿Qué actividades realizó?.....</p> <p>2. ¿Qué le pareció?</p>				
Actividad	Bueno	Malo	Excelente	
<p>3. Cómo califica el lugar donde realizó la actividad, en los siguientes aspectos:</p> <p>Nota: Si la califico como MALO o BUENO, conteste ¿por qué?</p>				
	Bueno	Malo	Excelente	¿Por qué?
Seguridad				
Higiene				
Accesibilidad				
Información clara				
Atención recibida				
<p>4. ¿Qué novedades observó en las actividades que realizó?</p>				
Actividad	Novedad			
<p>5. ¿Qué no le gustó de las actividades que realizó?</p> <p>.....</p> <p>6. ¿Qué otras actividades cree que se pueden realizar en los lugares que usted visitó?</p> <p>.....</p> <p>7. ¿En qué aspectos considera usted que se necesita mejorar?</p> <p>.....</p>				

ANEXO 4.11 BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO

1) CALIDAD EN LA ATENCION AL TURISTA

La calidad no es un lujo, sino un medio de poder responder a las expectativas creadas por el consumidor. El usuario del Turismo Rural Comunitario busca ambientes rústicos (en oposición a los hábitos urbanos), también desea que los servicios propuestos correspondan a sus expectativas. Higiene, comodidad, silencio, seguridad, posibilidad de comunicarse con el exterior, son elementos que deben estar presentes en las organizaciones que realizan turismo rural. Por lo tanto, es muy importante:

- 1) Calidad en la Acogida, en la relación con el visitante.
- 2) Calidad de las estructuras.
- 3) Calidad de las animaciones.
- 4) Calidad Turística general de la región

La Acogida: Este punto es prever, arreglar, preparar, adelantarse a las necesidades que pueda tener el visitante que llega. Es fundamental que las promesas de un folleto, brochure o de una fotografía existan realmente en el terreno. Una Acogida de calidad comienza en el primer contacto del turista con su futuro anfitrión. Por correo, fax, teléfono o correo electrónico, el turista debe sentir desde el primer contacto la cordialidad y la hospitalidad que lo esperan en el lugar que ha elegido para sus vacaciones. Para hacer las condiciones de llegada lo más gratas posibles, debe preverse que el lugar no presente un entorno no acogedor.

Presentación del Lugar: a la llegada de los turistas se debe proceder a un pequeño recorrido por las dependencias, explicando los elementos básicos que harán más grata la estadía: instrucciones, comidas, estacionamiento, juegos, servicios complementarios y otros.

La Información Turística: el anfitrión debe ser capaz de informar a sus visitantes sobre las diferentes posibilidades turísticas que ofrece la zona o el municipio: lugares de interés, rutas, restaurantes, senderos para caminatas, arriendo de caballos, mercados, festividades y otros. Para ello, se aconseja disponer de documentación y mapas con las rutas indicadas.

Definir Reglas: al visitante también hay que darle a entender que existen algunas reglas que deben ser cumplidas para facilitar las buenas relaciones con sus anfitriones y sus eventuales vecinos. Se trata del respeto a las personas y a los bienes, el respeto de las horas de reposo, el cuidado de los objetos, del material agrícola, la naturaleza, el patrimonio cultural, de los animales.

Comidas y Venta de productos de las iniciativas: se debe tomar en cuenta las normas sanitarias vigentes. La información sobre las autorizaciones necesarias y reglamentos en curso que deben obtenerse en la municipalidad en los servicios de salud y medio ambiente. Estos aspectos se refieren al estado de los locales (higiene de la cocina, baños, evacuación de desechos, aseo), manejo de los

productos alimenticios y preparación de comidas y productos tales como conservas, frutas, mariscos, lácteos y otros.

Las Comidas: Se debe preferir la calidad del producto fresco a la del producto en conserva o congelado. En lo posible, los productos deben provenir de la propia iniciativa, del municipio o de la misma región. El estilo debe ser local; debe evitarse proponer una “cocina internacional”, que no corresponde al estilo ni a las expectativas de los turistas interesados en la vida rural. También es conveniente proponer la venta de algunos productos elaborados en las iniciativas productivas visitadas: mermeladas, fruta deshidratada, jugos, vinos, quesos, miel, mariscos, o licores, huevos, aves, frutas, verduras y otros.

Alojamiento: La adecuada preparación de la estructura prevista para el recibimiento de turistas requiere tener en cuenta un conjunto de factores relativos a la construcción del lugar. La restauración de una casa antigua no significa construir algo nuevo sobre cimientos antiguos. Se trata de una evolución que debe tratar de conservar el carácter rural antiguo del lugar, respetando el estilo rural. Deben respetarse los colores, la armonía de las formas, el entorno. El aspecto exterior, en lo posible, debe modificarse sólo en el mínimo necesario, tratando de conservar los elementos antiguos como pozos, chimeneas, escaleras, maderas, baldosas, huerto y otros.

Las Animaciones: Aunque el turismo rural se caracteriza por ser un turismo en el cual los usuarios buscan tranquilidad, descanso y un cambio de su ritmo cotidiano, es importante estar informado sobre las posibilidades de animación que pueden existir en las comunidades o en las proximidades del lugar de estadía, las cuales permiten ampliar la gama de actividades propuestas a los visitantes al aportar elementos complementarios de distracción.

La calidad Regional: La Calidad turística de una región o municipio se caracteriza por su aptitud para crear y desarrollar un ambiente agradable, junto a la posibilidad de realizar actividades recreativas poco usuales para los visitantes.

2) CALIDAD EN LA SATISFACCION AL TURISTA

Para que los turistas se vayan satisfechos es necesario que se les atienda bien, se sientan seguros y cumplir o sobrepasar sus expectativas.

Como satisfacer al turista:

- ✓ Dar al turista más de lo que se le ofrece. Es preferible sorprenderlos gratamente con detalles que no fueron mencionados al momento de la venta.
- ✓ Hacer que los clientes se sientan seguros durante los servicios. Informar sobre posibles riesgos en la zona que se visita y la forma de evitarlos.
- ✓ Si se ha cometido una falta, recompensar al turista. Que se vea la intención de brindarle el mejor servicio.
- ✓ Preguntar a los turistas si todo está bien, hacerlo a través del personal. Poner esa información por escrito.

- ✓ Diseñar formularios para comentarios, quejas o sugerencias. Es mejor dar opciones para marcar, evitándose así que el turista tenga que escribir mucho.
- ✓ Enviar correos electrónicos pidiendo su opinión sobre los servicios recibidos.
- ✓ Solicitar a los turistas, al personal y proveedores recomendaciones y sugerencias para mejorar.
- ✓ Reunir al personal mensualmente para evaluar los comentarios.
- ✓ Tomar en cuenta las quejas. Con las sugerencias de los turistas hacer planes de acción para la mejora continua.

3) LA VEGETACION

Es muy importante tener en cuenta lo siguiente:

- ✓ Un uso inadecuado del fuego en áreas protegidas como en otros espacios forestales puede dañar seriamente un ecosistema
- ✓ La tala deliberada de árboles para la construcción genera deforestación.
- ✓ La excesiva acumulación de basura, además de ser un impacto visual negativo, y alterar otros elementos de la naturaleza, cambia la condición de los nutrientes, según el tipo de basura, y en ocasiones bloquea el paso del aire y la luz, generando alteraciones en la vegetación.
- ✓ El tráfico peatonal y de vehículos, así como las áreas de descanso o de camping, generan pérdida de vegetación por pisoteo, compactación, etc.

Para mantener una buena vegetación en la zona, los participantes del proyecto deberán de realizar lo siguiente:

- ✓ Capacitar al personal sobre el buen uso de los recursos naturales.
- ✓ Establecer un programa de revisión y mantenimiento de áreas naturales para verificar que la vegetación de la zona se encuentre en las mejores condiciones.
- ✓ Realizar siembra de árboles o de otro tipo de flora para enriquecer las áreas naturales o compensar las que se han utilizado para recursos complementarios de la zona.

4) CALIDAD DEL AGUA

El agua es uno de los principales elementos de nuestro planeta y es un recurso cada vez más escaso. Es responsabilidad de todos cuidarla.

Que hacer para darle el mejor uso:

- ✓ Sensibilizar y capacitar al personal sobre la importancia del agua y su correcto uso.
- ✓ Usar jabones que no requieren mucha agua para disolverse (espumas, jabones líquidos, entre otros).
- ✓ Establecer planes de revisión y mantenimiento. Capacitar al personal para detectar fugas, informar y/o dar solución al problema.
- ✓ Llevar registros de consumo mensual de agua por áreas y listas de verificación de mantenimiento.

- ✓ Colocar anuncios en las oficinas, habitaciones y/o servicios higiénicos para cerrar el chorro, detectar fugas de agua, etc.
- ✓ Instalar filtros para purificar y moderar el agua.
- ✓ Si se cuenta con amplios jardines que requieren riego, dejar esta labor para el final de la tarde o noche para reducir el desperdicio por evaporación. Tratar de no usar agua potable, usar agua de los ríos más cercanos.

5) CONSUMO DE ENERGIA

Qué hacer para hacer un buen consumo de energía:

- ✓ Sensibilizar y capacitar al personal para reducir el consumo de energía.
- ✓ Colocar anuncios en zonas claves para apagar luces innecesarias.
- ✓ Utilizar en la medida de lo posible sistemas solares de energía.
- ✓ Elaborar registros para consumo mensual de electricidad, listas de verificación, de operativos y/o de mantenimiento, para tomar medidas que ayuden a disminuir el consumo de energía
- ✓ Colocar láminas transparentes en los techos para aprovechar la luz solar durante el día.

6) MANEJO DE RESIDUOS

La basura es uno de los principales problemas en la actividad turística. Su acumulación da un aspecto desagradable y es un riesgo para la salud y el ambiente. Lo más importante es disminuir la basura y separarla para facilitar su reutilización.

Que hacer para combatirlo:

- ✓ Gestionar la basura mediante su recogida selectiva con diferentes recipientes diferenciados por colores y carteleras, que estén colocados en zonas claves al uso de todos.
- ✓ Informar a los turistas sobre la forma de separar la basura. Colocar anuncios o informar a través del personal.
- ✓ Imprimir sólo lo necesario y reutilizar el papel usado por una cara para fax, anotaciones, libretas de apuntes, etc.
- ✓ Colocar anuncios que incentiven a los turistas a botar la basura en los lugares correspondientes.
- ✓ Colocar los recipientes de basura en zonas visibles y en cantidades moderadas para no opacar el atractivo del lugar.

7) AREAS PROTEGIDAS Y SITIOS ARQUEOLOGICOS

Las Áreas Naturales Protegidas son lugares especiales donde se protegen y conservan especies, recursos genéticos y culturales, y la vida en general. Los sitios arqueológicos nos ayudan a conocer nuestro pasado y a conocernos a nosotros mismos.

Que hacer para protegerlos:

- ✓ Denunciar los atentados contra los recursos naturales y culturales.
- ✓ Proporcionar información para evitar el impacto social, seguridad, zonas de riesgo y otros.
- ✓ Destinar un porcentaje de los ingresos para proyectos de conservación y la revaloración de la cultura local.
- ✓ En sitios arqueológicos se deberá tener un estricto control sobre los lugares a visitar como por ejemplo nadie deberá caminar sobre las estructuras o sitios para no dañar el patrimonio cultural, solo se permitirá observar y escuchar sobre la historia del lugar que se visita.
- ✓ Informar a los clientes sobre la importancia histórica y cultural para la humanidad de los atractivos visitados.

8) SALUD Y SEGURIDAD

La operación de la empresa no debe poner en riesgo la salud de los turistas, del personal, de los habitantes locales ni el ambiente en general. Se debe prevenir y estar preparados para atender emergencias

Que hacer:

- ✓ Informarse antes de la excursión sobre las necesidades médicas y estado físico de cada turista.
- ✓ Identificar y controlar los riesgos durante los servicios.
- ✓ Llevar un botiquín de primeros auxilios. Consultar a un médico especialista para equiparlo y saber cómo usarlo.
- ✓ Prepararse para tratar infecciones estomacales, son comunes en los turistas.
- ✓ Capacitar y hacer simulacros para actuar en casos de emergencias (desastres naturales, incendios y explosión, evacuación, primeros auxilios, entre otras).
- ✓ Conformar una brigada de emergencias, asignando responsabilidades específicas y equipos disponibles.
- ✓ Organizar campañas de limpieza en las localidades que visiten los turistas.

9) GUIAS TURISTICOS

El Guía de Turismo desempeña un papel fundamental en la gestión turística, al ser la persona encargada de atender y asistir, conducir e informar, supervisar y hacer cumplir lo ofrecido, y orientar al turista en su idioma durante su estadía en un lugar o país nuevo y desconocido, por lo que sin él, la operación turística y el éxito de la misma estaría incompleta.

El bienestar, disfrute de los turistas y la imagen de la empresa durante la visita son responsabilidad del guía.

Que debe saber:

- ✓ Leer bien la información (procedencia y destino, requerimientos de alimentación, salud, alergias, preferencias, experiencia, etc.) de los turistas. Preguntarles al respecto en el primer contacto con ellos.
- ✓ El guía debe tratar a todos los turistas como casos particulares, brindando atención personalizada a cada uno de ellos en todo momento.

- ✓ Prepararse para satisfacer todas las necesidades de los turistas y poder hacer grata su estadía o aventura.
- ✓ Actualizarse, aprender nuevas teorías, estilos de vida de los habitantes locales y su cultura.
- ✓ En ambientes naturales, informarse sobre flora y fauna, historia y geografía de la zona.
- ✓ No mostrar la cultura local como símbolo de atraso o inferioridad.
- ✓ No tratar mal a menospreciar a los pobladores locales.
- ✓ Evitar acciones exhibicionistas y exponer a riesgos innecesarios a los turistas.
- ✓ Prepararse para prevenir y actuar en casos de emergencia. Tomar cursos de primeros auxilios, rescate, evacuación, reanimación y medicina natural.
- ✓ Dar información veraz y manejar los grupos de manera que causen el menor impacto negativo posible al ambiente y la sociedad.
- ✓ Asegurarse de que lo ofrecido a los turistas se cumple sobrepasando sus expectativas.
- ✓ Reportar a la empresa cualquier problema que se haya tenido durante la excursión.

10) INTEGRIDAD FISICA DEL TURISTA

- ✓ Se contara con Medidas preventivas, medidas de respuesta a emergencias de las actividades a realizar, para ello se realizara reuniones para crear las medidas preventivas ya que son las personas de la zona las que conocen los lugares riesgosos y la mejor forma de evitar accidentes.
- ✓ El lugar donde se llevaran las personas si sufren un accidente se determinara por el personal de la iniciativa turística o un lugar de atención de emergencias en el centro turístico o en algún lugar de accesibilidad.
- ✓ Se deberá contar con personal que conocerá de primeros auxilios dentro de ellos están los guías turísticos que son los que tienen mayor contacto con el turista y deberá responder inmediatamente a una emergencia, así también se contara con y el equipo a utilizarse, además se debe de contar con la información de los hospitales o unidades de salud más cercanos
- ✓ Se debe de contar con el equipo y gestiones de apoyo a la actividad como lo es transporte en el caso de algún accidente, acciones de primeros auxilios, agua etc.
- ✓ El grupo de trabajo del comité directamente los guías turísticos debe de estar adiestrado en los ambientes a visitar y destrezas a utilizar para cualquier percance.
- ✓ Que el grupo de trabajo sea suficiente para manejar el grupo de visitantes en proporción al menos un guía por cada diez turistas.
- ✓ Tener un mapa del área a visitar para la fácil ubicación en el caso algún accidente.
- ✓ Deben instruirse al personal sobre la conducta y acciones que deben seguir en caso de emergencia.
- ✓ El botiquín de primeros auxilios debe tener mínimamente los siguientes elementos: vendas, gasa, cinta adhesiva, guantes de goma y quirúrgicos, agua potable, tijera sin punta, toalla y una manta; junto a una linterna con pilas, alcohol puro etílico, agua oxigenada y jabón.
- ✓ Plan de seguridad de delincuencia que deberá tenerse en cuenta con el apoyo de la policía turística de la zona con la ayuda del ministerio de turismo.
- ✓ Inspeccionar cada cierto periodo los restaurantes, y los lugares turísticos en general para garantizar la higiene del destino.
- ✓ Debemos recordar que el turista requiere una mayor atención y asistencia por el desconocimiento del destino, por lo que la información se transforma en una variable de altísima valoración, es por ello que se debe de dar la información necesaria al turista antes

de la realización de cada actividad, cada tipo de información dependerá del tipo de actividad a realizar para que el turista sepa tomar en cuenta las recomendaciones para cada caso.

11) GUIA DE SEÑALIZACION TURISTICA

La señalización es un verdadero factor de credibilidad que brinda valor agregado a cualquier área. Se incluye igualmente en caminos de acceso como carreteras o brechas, poblados cercanos, módulos de información y sitios de afluencia turística interesante.

El objetivo de la señalización es el de localizar un sitio determinado, en sitios naturales abarca un concepto mucho más amplio, en el que se incluye el trayecto mismo y se involucran veredas, caminos y recorridos cuyos elementos estéticos, naturales, deportivos o culturales contienen un valor y atractivo propios.

Uno de los objetivos principales de la presente Guía de Señalización para áreas en donde se pretenden practicar actividades de Turismo Rural Comunitario, es lograr que las diferentes actividades y servicios turísticos tengan la señalización adecuada de acuerdo al servicio que van a prestar teniendo en cuenta distancias, ubicación, tipo de actividad a realizar, etc., así como también los diferentes símbolos que deberán utilizar para guiar, informar, prevenir y restringir al turista.

La existencia de la señalización turística significará para los visitantes, conocer atractivos y servicios sobre los cuales carecían inicialmente de información por lo que invertirán más días en la región, ahorrar tiempo y sentir que viajan con seguridad.

Las señales del Sector Turismo deben reunir las siguientes características generales:

- ✓ Una Fácil interpretación y buena visibilidad tanto de día como de noche.
- ✓ Deben ser breves y discretas, para no alterar el paisaje o entorno circundantes, o restar importancia al propio atractivo turístico.
- ✓ De fácil colocación y garantizada durabilidad.

El responsable de llevar a cabo el desarrollo de la señalización en la zona, deberá ser el encargado de la unidad de calidad y buenas prácticas de turismo, quien tendrá que velar porque la señalización de la zona tenga la simbología correspondiente a cada actividad o servicio turístico y de esta manera brindar un servicio de calidad. El responsable de la señalización deberá realizar una petición formal al Ministerio de Turismo para que este brinde el apoyo necesario para la realización de la señalización en la zona.

Para el diseño de algunas de las señales deberán utilizarse recursos de la zona como la madera, para indicar rutas y destinos, estas deberán ser decoradas con colores llamativos para atraer la atención del turista. Otras señales deberán ser de material retroreflectivo para indicar actividades a realizarse en la zona.

- Simbología Turística

El Símbolo se define como: "Figura u objeto que tiene significación convencional". La acción de simbolizar, implica expresar una idea por medio de un símbolo

Se debe de brindar al visitante información, y la localización precisa de los atractivos y servicios con que cuenta, creando símbolos especiales para distinguir cada uno de ellos. Estos símbolos constituyen un lenguaje que tiende a hacerse universal para la facilitación y guía al turista durante

sus recorridos y estadía. Se caracterizan por la simplicidad de diseño, con la utilización de un mínimo de siluetas, para ser fácilmente perceptibles.

Para establecer cada una de las simbologías, primero se debe de tener en cuenta la identificación y clasificación de los tipos de productos turísticos, servicios y actividades turísticas, etc., que se esperan realizar en la zona.

A continuación se proponen algunos de los productos y servicios, que pueden formar parte de la simbología de las actividades a realizar en la zona. Se debe tener en cuenta que pueden irse agregando más productos o servicios a los cuales se les asignará símbolos conforme los requieran las necesidades del Sector Turismo que se esté prestando

COMITÉ DE DESARROLLO DE TURISMO COMUNITARIO DE TECOLUCA	
<i>ALGUNOS DE LOS TIPOS DE SERVICIOS TURISTICOS A OFRECER</i>	
TIPO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS	ACTIVIDADES
Eco turístico	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Observación de Fauna: ✓ Observación de Flora ✓ Paisajismo
Agroturismo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Actividades agropecuarias
Turismo de Aventura	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Acampada ✓ Caminata ✓ Canopy ✓ Ciclismo de Montaña ✓ Rappel ✓ Cabalgata ✓ Vuelo en Parapente ✓ Travesías en 4 x 4
Turismo Cultural	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ecoarqueología ✓ Fotografía Rural

- Tipo de Señalización

Para llevar a cabo una buena señalización se debe tener en cuenta, que esta contiene señalamientos de índole informativo, preventivo, restrictivo, los cuales se deberán tener en cuenta para realizar una buena señalización.

Señalamientos informativos

Estos señalamientos brindan información geográfica sobre destinos, distancias y actividades que se pueden practicar, así como los servicios disponibles de la zona.

Los señalamientos informativos deben llevar de la mano al viajero desde el acceso en carretera hasta los sitios naturales de mayor belleza o interés. Están enmarcados en un cuadro azul, contrastando con colores comunes en la naturaleza como los verdes y tonos cafés.

Señalamientos preventivos

La prevención es un aspecto fundamental en cualquier área natural que pretenda promoverse como destino turístico. El propósito de estos señalamientos es el de atraer la atención del turista hacia obstáculos u otros peligros en la naturaleza en general o en la práctica de alguna actividad en particular.

El triángulo rojo tradicionalmente alude a la atención o precaución.

Tanto los señalamientos preventivos como los restrictivos son medios para difundir normas, prevenir accidentes, evitar el mal uso de recursos naturales o el daño a la flora y fauna del área.

Señalamientos restrictivos

La prohibición de ciertas actividades o actitudes es determinante en la seguridad y comportamiento del turista. Ya sea por inexperiencia del visitante, ignorancia o simple falta de voluntad, serán éstos los señalamientos que marquen los límites de tolerancia. Una franja cruzada advertirá un señalamiento restrictivo.

Las sanciones atribuidas al incumplimiento de los señalamientos restrictivos deberán ser consecuentes y aplicadas en la medida de lo posible.

ANEXOS CAPITULO V

ANEXO 5.1 INVERSIONES DE LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE TRC EN EL MUNICIPIO DE TECOLUCA

En la inversión inicial se contemplan las adquisiciones de los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles, así como también el capital de trabajo, necesarios para llevar a cabo Estrategia de Desarrollo en Turismo Comunitario para el Municipio de Tecoluca.

En la inversión fija se incluye todos los recursos relacionados con la fase inicial la Estrategia, comprendiendo la adquisición de todos los activos necesarios para desarrollarla. En fin, conforman el conjunto de bienes los cuales no son motivo de transacción corriente y se adquieren durante la etapa de implementación del proyecto, siendo utilizadas la mayoría de veces a lo largo de su vida útil.

a. Inversión fija

1) *Inversión fija Tangible*

Este tipo de inversión está constituida por todos aquellos rubros materiales que están sujetos a depreciación, amortización y obsolescencia. Para este estudio se analizará cada uno de los siguientes rubros de acuerdo a cada Plan contenido en la Estrategia, siendo las siguientes:

INVERSIÓN FIJA	RUBRO
TANGIBLE	<ul style="list-style-type: none">■ Obra Civil■ Mobiliario y equipo de instalaciones■ Mobiliario y equipo de oficina■ Equipo de Seguridad y Salud ocupacional■ Equipo de transporte

Cada una de estas inversiones por Plan, se han determinado en base a las características que se especificaron en la etapa de diseño, el resumen de los montos se presentan a continuación: (Ver Anexo 4.10: Detalle de inversión fija tangible de la Estrategia de desarrollo de TRC en el municipio de Tecoluca).

INVERSIÓN FIJA TANGIBLE POR PLAN	SUBTOTAL	TOTAL
PLAN DE ORGANIZACIONAL		\$26,889.66
PLAN DE DESARROLLO DE PRODUCTOS TURISTICOS		\$87,766.22
POLIGONO SOLIDARIDAD	\$4,878.30	
PARQUE TEHUACAN	\$39,988.06	
PLANTA DE MARAÑON	\$2,088.30	
ISLA DE MONTECRISTO	\$14,947.76	
LA PITA	\$6,787.20	
ISLA TASAJERA	\$11,276.60	
RUTAS TURISTICAS	\$7,800.00	
PLAN DE CAPACITACIÓN		\$55.00
PLAN DE GESTION DE LA CALIDAD		\$1,110.00
	TOTAL	\$115,820.88

2) Inversión fija Intangible

La inversión de activos intangibles es efectuada en la fase pre-operativa, está constituida por todos aquellos rubros no materiales que por ende no están sujetos a amortización dentro de la empresa turística y vienen a ser los pagos por gastos de constitución del Comité (organización legal), estudios de proyectos, contrato del personal, gastos por promoción y publicidad. En la siguiente tabla se realiza el cálculo del monto total para este tipo de inversión.

TOTAL INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE (PLAN DE ORGANIZACIÓN, PLAN DE MARKETING)	CANTIDAD	TOTAL
Asambleas de socialización de propuesta y conformación de Comité (2 reuniones para 30 asambleístas)	2	\$300.00
Organización, Constitución legal de la Sociedad (NIT, registro de la marca, Libros contables, gastos por trámites en diferentes entes gubernamentales, gastos notariales)	1	\$632.37
Asamblea para aprobación de propuesta organizativa y administrativa. (2 reuniones Proyecto)	2	\$300.00
Honorarios de consultoría para proceso organizativo y administrativo del Comité. (Administración del proyecto)	1	\$3,000.00
Reuniones de Junta directiva para selección y contratación de personal.(publicación, proceso de selección y contratación de personal)	1	\$2,000.00
Software de contabilidad	1	\$800.00
Sistema operativo para las computadoras (2 Licencia para Windows 8 para 6 computadoras)		\$320.00
Licencia Microsoft Office Small Bussines 2010		\$270.00
Honorarios de asesoría en marketing	1	\$5,000.00

Campañas de publicidad anuales a nivel nacional (Radio, periódico, mupis) \$5000 por campaña	3	\$15,000.00
Honorarios de consultoría de calidad al año	1	\$2,500.00
Análisis de agua cocina y baños todas las iniciativas	1	\$500.00
TOTAL		\$30,622.37

3) Imprevistos

Este tiene como finalidad afrontar las variaciones de lo planificado o cubrir contingencias que se presenten durante la implantación del proyecto en cuanto a las inversiones fijas y diferidas, es decir que sirve para solventar costos no previstos. Para el proyecto de implantación Estrategia de desarrollo de TRC en el municipio de Tecoluca se ha establecido el 5% de imprevistos en relación al 100% de la inversión fija total, teniéndose lo siguiente:

RESUMEN DE INVERSIÓN FIJA	
DESCRIPCIÓN	MONTO
INVERSIÓN FIJA TANGIBLE	\$115,820.88
INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE	\$30,622.37
SUB-TOTAL	\$146,443.25
Imprevistos (5%)	\$7,322.16
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$153,765.41

b. Inversión de capital de trabajo

Además de la inversión fija, la empresa necesita de un capital de trabajo para la operación normal del proyecto durante el primer año, garantizando el buen funcionamiento de la Estrategia, en el inicio de sus operaciones o hasta que se puedan solventar los gastos³⁴ con los ingresos ya percibidos. El ciclo operativo³⁵ que se estima para este proyecto es un periodo de 3 meses de operación.

Para calcular el capital de trabajo se tomaron en cuenta los siguientes rubros, que pertenecerán a la cuenta de efectivo:

INVERSIÓN	RUBRO
CAPITAL DE TRABAJO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Gastos de Administración (salarios, asistencia técnica, suministros de oficina, servicios básicos, mantenimiento) ■ Gastos de organización (Funcionamiento JD) ■ Gastos de Ventas (promoción) ■ Gastos de capacitación, Gestión e incidencia y calidad

³⁴ Sin incluir depreciaciones, amortizaciones y gastos financieros.

³⁵ Tiempo en que la organización adquiere o elabora el producto o servicio, lo vende (*el cobro del efectivo como pago de la venta realizada*) y recupera las cuentas por cobrar, es decir empieza a recibir ingresos o utilidades provenientes de la implantación del proyecto.

Para el primer año el capital de trabajo asciende a:

CAPITAL DE TRABAJO (3 meses) RUBROS:	MONTO
<i>PLAN DE ORGANIZACIONAL</i>	
Funcionamiento de la Junta Directiva y Asamblea General (12 Reuniones mensuales de JD) \$10 viáticos por miembro (7 personas)	\$210.00
Salario Personal, 3 personas (ISSS, AFP)	\$5,142.67
Honorarios de Asistencia técnica (contable, legal e informático) \$100/mensual	\$300.00
Suministros de oficina	\$84.53
Servicios básicos (electricidad, teléfono, agua, internet)	\$313.75
Transporte (Combustible y mantenimiento de vehículo)	\$600.00
<i>PLAN DESARROLLO PRODUCTO TURISTICO</i>	
Tiraje de mapas informativos de rutas (100, \$0.50 c/u)	\$50.00
Tiraje de información de paquetes (100, \$0.50 c/u)	\$50.00
Promocionales (100 lapiceros o llaveros, \$0.25)	\$25.00
<i>PLAN DE MARKETING</i>	
4 ferias a nivel nacional, 2 ferias a nivel regional, 2 a nivel local (transporte y alimentación) \$500/feria	\$4,000.00
1 rueda de negocio con MREE por año (\$100)	\$100.00
4 reportajes periodísticos (10 personas por reportaje: almuerzos, transporte, refrigerio): \$10/persona	\$400.00
Tiraje de material publicitario: brochures, stickers, banner, mapas (\$2500 anual)	\$625.00
Material publicitario: lapiceros, camisetas, gorras, llaveros (\$4000 anual)	\$4,000.00
<i>PLAN DE CAPACITACIÓN</i>	
Honorarios a capacitadores: \$25/hora (Modulo I), \$20/hora (módulo II)	\$4,000.00
Papelería para jornada (5 plumones, tirro, papel bond): \$5/jornada modulo I	\$100.00
Papelería (30 juegos de Cuaderno, material didáctico, 2 lapiceros): \$15/participante	\$225.00
1 Refrigerio y 1 almuerzo, para 20 jornadas por modulo: \$3/participante	\$900.00
<i>PLAN DE GESTION E INCIDENCIA</i>	
Participación en actividades y reuniones con Instituciones y Redes de turismo (2 personas y 3 actividades por mes): \$5/actividad –viáticos-	\$90.00
<i>PLAN DE GESTION DE CALIDAD</i>	
25 Juego de uniformes por año (2 camisas tipo polo, gorra, mochila): \$25 c/u	\$625.00
15 juegos para higiene y inocuidad por año (guantes, mandil, redecilla, mascarilla): \$10 c/u	\$150.00

Papelería para actividades de calidad: encuesta a turistas, inspecciones e informes \$100/año	\$100.00
Material de educación y sensibilización ambiental y cultural a turistas (stickers y rótulos) \$500/año	\$500.00
TOTAL	\$22,590.94

RESUMEN TOTAL DEL MONTO DE INVERSIÓN ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE TRC EN EL MUNICIPIO DE TECOLUCA

A continuación se detallan los montos totales de inversión total y capital de trabajo para obtener el monto total de la inversión.

TOTAL MONTO DE INVERSIÓN Y CAPITAL	
RUBRO	MONTO
INVERSIÓN FIJA TOTAL	\$153,765.41
CAPITAL DE TRABAJO TOTAL	\$22,590.94
INVERSIÓN TOTAL DEL PROYECTO	\$176,356.35

ANEXO 5.2: PROPUESTAS DE FINANCIAMIENTO

a. Estructura de financiamiento: aportaciones, gestión de financiamiento, cooperación.

Se partirá de la base de un escenario pesimista, sin donaciones o financiamiento proveniente de cooperación internacional, esto dado la actual coyuntura económica que atraviesan los países europeos (que representan los principales cooperantes en el Municipio en proyectos de desarrollo económico), que se han visto en la necesidad de recortar la ayuda destinada a países beneficiarios. Por lo tanto la estructura de financiamiento del proyecto, utilizará una combinación de capital propio y de préstamos de terceros, para este último se buscará el financiamiento de la Banca de Desarrollo de El Salvador, quien cobra una tasa de interés anual de 6.25 % (una de las bajas del mercado), por ser un proyecto del tipo estratégico.

Por lo tanto la estructura financiamiento del proyecto, queda de la siguiente manera:

Estructura de Financiamiento			
		%	MONTO
Recursos Propios	Aporte de Socios	5%	\$8,817.82
	Alcaldía Municipal de Tecoluca	15%	\$26,453.45
Pasivos Financieros	BANDESAL ³⁶	80%	\$141,085.08
	Total	100%	\$176,356.35

³⁶ Líneas de Financiamiento Primer Piso, Apoyando a las Actividades Estratégicas: Fomento al Turismo

Dentro del financiamiento con capital propio, todos los socios (iniciativas turísticas que componen la oferta turística), deberán de realizar una aportación inicial en efectivo como requisito para gozar de los beneficios de la Estrategia turística, estas aportaciones se registrarán en base a una proporción asociada, la cual se estableció de acuerdo a la cantidad de inversión que recibirá cada iniciativa para el mejoramiento de sus instalaciones, quedando de la siguiente manera:

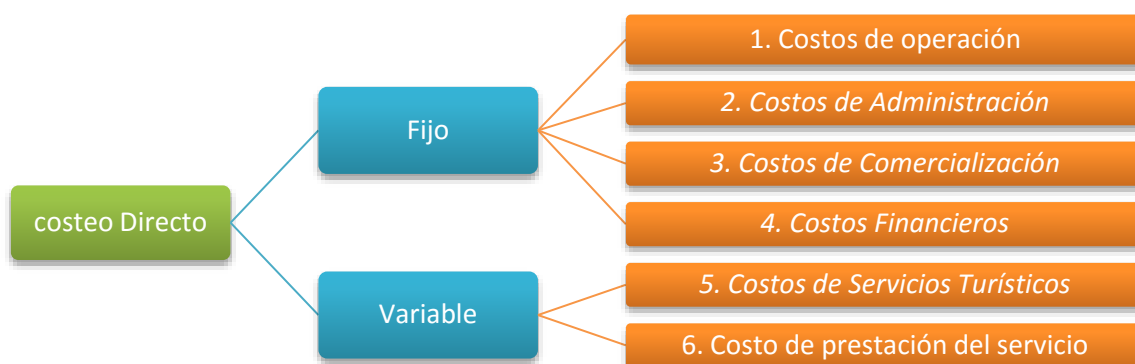
INICIATIVA	Inversión inicial para su mejoramiento	% de aportación	APORTACION INICIAL
POLIGONO SOLIDARIDAD	\$4,878.30	6.1%	\$537.93
PARQUE TEHUACAN	\$39,988.06	50.0%	\$4,409.45
PLANTA DE MARAÑON	\$2,088.30	2.6%	\$230.28
ISLA DE MONTECRISTO	\$14,947.76	18.7%	\$1,648.28
LA PITA	\$6,787.20	8.5%	\$748.42
ISLA TASAJERA	\$11,276.60	14.1%	\$1,243.46
TOTAL	\$79,966.22	100.0%	\$8,817.82

El costo de financiamiento, será desarrollado en el apartado correspondiente.

ANEXO 5.3: COSTOS PARA EL FUNCIONAMIENTO Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS DEL CDTT

Siendo un proyecto turístico, se caracteriza por la complejidad y cantidad de procesos que se realizan para prestar los diferentes servicios que se ofrecen: hospedaje, gastronomía, servicios recreativos, etc. Cada uno de estos varía según el lugar donde se brinden y son esencialmente los que constituyen y dan el valor de los paquetes turísticos.

Existen otros costos fijos que corresponden depreciaciones, amortizaciones impuestos y otros, de las oficinas del Comité de Desarrollo Turístico. En este caso, para determinar los costos del proyecto se utilizará el costeo DIRECTO, ya que nos permitirá identificar aquellos costos a los cuales se tendrá que someter el Comité al llevar a cabo la propuesta. Por tanto este Sistema definido presenta la siguiente estructura:



a. Costos Fijos

1) Costos de Operación

Son los costos fijos incurridos al prestar los servicios y en este caso se refiere a todos aquellos costos que permiten se tenga operando con efectividad la Estrategia, siendo los siguientes: Funcionamiento de la Junta Directiva y Asamblea General, capacitación de dueños, empleados de las iniciativas y pobladores, así como también la Gestión e incidencia que se llevara a cabo.

Descripción	Cantidad Anual	Precio Unitario (\$)	Costo Anual (\$)
Funcionamiento de la Junta Directiva (Reuniones)	12	\$70.00	\$840.00
Funcionamiento Asamblea General (Reunión)	1	\$2000.00	\$2000.00
MODULO I Capacitación de dueños de las iniciativas pobladores	1	\$5,225.00	\$5,225.00
MODULO II Capacitación de empleados de iniciativas y pobladores	1	\$5,045.00	\$5,045.00
Participación en actividades y reuniones con Instituciones y Redes de turismo (2 personas y 3 actividades por mes): \$5/actividad –viáticos-	12	\$30.00	\$360.00
TOTAL			\$13,470.00

2) Costos de Administración

Este especifica aquellos rubros necesarios para llevar a cabo la función de administración del Comité de Desarrollo Turístico, integrado por los siguientes:

- Sueldos del personal del área administrativa y general.
- Consumo de agua, energía, teléfono, etc.
- Papelería e insumos propios de la administración.
- Depreciación de obra civil, equipo y mobiliario de oficina.

2.1 Sueldos del personal del área administrativa y general.

En este rubro se necesitará un encargado para cada una de las áreas siguientes: Gerencia General CDT de Tecoluca, Encargado de Área de Fortalecimiento Técnico, Encargado de Área de Operación turística.

Los costos salariales de los miembros del área administrativa se muestran a continuación, tomando en consideración que:

Salario Anual = Salario Mensual x 12 meses

ISSS = Salario Anual * 7.5% (cuota patronal)

AFP = Salario Anual * 6.75% (cuota patronal)

Vacaciones = Salario diario x 15 días x 30% + Salario diario x 15 días

Aguinaldo = Salario Diario * 10 días

Costo Anual de la Mano de Obra = Salario Anual + ISSS + AFP + Vacaciones + Aguinaldo

PUESTO	No. EMPLEADOS	SALARIO MENSUAL	SALARIO ANUAL	ISSS 7.5%	AFP 6.75%	VACACIONES	AGUINALDO	TOTAL ANUAL
Gerente General CDTT	1	\$600.00	\$7,200.00	\$540.00	\$486.00	\$390.00	\$200.00	\$8,816.00
Encargado de Área de Fortalecimiento Técnico.	1	\$400.00	\$4,800.00	\$360.00	\$324.00	\$260.00	\$133.33	\$5,877.33
Encargado de Área de Operación turística	1	\$400.00	\$4,800.00	\$360.00	\$324.00	\$260.00	\$133.33	\$5,877.33
TOTAL								\$20,570.67

2.2 Servicios Básicos

Consumo de agua

El gasto correspondiente a éste suministro en el área de administración se analizará en base a dos aspectos:

- Consumo de Agua Purificada

Corresponde al agua destinada para el consumo del personal administrativo. Se calcula en base al consumo promedio diario por persona, siendo éste de 0.002 m³ y los días laborales del año (280 días al año).

Por lo tanto el consumo total de agua estará dado por el consumo del personal de la planta (3 personas), más el consumo de clientes o proveedores (visitas que se reciban diariamente en las oficinas en promedio 5 personas), de manera se tiene que por día el total de personas será de 8, por lo tanto se tienen que el consumo de agua será de 4.48 m³/año, esto es 1,182.72 galones/año, si cada garrafa (20 galón) cuesta \$2.20, el costo total será de \$130.10/año.

- Consumo de Agua para el uso del Servicio Sanitario

Es el consumo correspondiente al uso del servicio sanitario de las oficinas del DCTT, estimando para ello un promedio diario de consumo de 0.020 m³/persona, si se tiene un total estimado de 8 personas por día, el consumo anual será de 44.8 m³/año. Si el costo del agua es de \$2.28/m³, el costo anual será de \$102.144/año

En resumen el costo por consumo de agua será de \$130.10 + \$102.144= **\$232.24/año**

Consumo de energía eléctrica

El consumo de kwh se detalla en el cuadro que se presenta a continuación:

Denominación	Consumo (kwh/mes)	Oficina CDTT	
		Cantidad	Consumo Total (kwh/mes)
Computadora de escritorio	24.08	3	72.24
Impresora	6.02	1	6.02
Aire Acondicionado 6,000 BTU	122.9	1	122.9
Oasis para agua	74.4	1	74.4
Luminarias	8.32	12	99.84
Total			375.4

CUADRO DE COSTOS DE CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA DEL ÁREA ADMINISTRATIVA				
CARGO	KWH	TARIFA (\$)	COSTO MES (\$)	COSTO ANUAL (\$)
Cargo de Comercialización	-	0.867984	0.867984	10.42
Cargo por Consumo	376	0.131049	49.274424	591.29
Cargo por Distribución		0.063631	0.063631	0.76
Cargo fijo por uso de la red	-	1.123302	1.123302	13.48
TOTAL (\$)			\$51.32934	\$615.95

Comunicaciones

Estas se dividen en consumo de teléfono y consumo por el uso de Internet, estos se detallan en el cuadro que se presenta a continuación:

CUADRO COSTO DE TELÉFONO ÁREA ADMINISTRATIVA			
Concepto	Cuota Fija (\$)	Costo Mes (\$)	Costo Anual (\$)
Paquete Servicio Telefónico + Internet	33.90	33.90	406.80
TOTAL			\$406.80

El total de costos de Consumo de agua, Energía eléctrica y Comunicaciones del primer año serán de \$1,254.99

2.3 Papelería e insumos propios de la administración.

Aquí se incluyen todos aquellos insumos de oficina que serán utilizados tanto en el área administrativa de la planta, estos se detallan en el cuadro que se detalla a continuación:

Descripción	Cantidad Anual	Precio Unitario (\$)	Costo Anual (\$)
Resmas de papel bond, carta	10	4.50	45.00
Folder (100 unidades)	2	5.50	11.00
Fasteners (50 unidades)	4	2.15	8.60
Caja de lapiceros, 12 unidades	6	1.50	9.00
Caja de Lápices, 24 unidades	1	0.95	0.95
Caja de clips	2	0.90	1.80
Marcadores	6	1.00	6.00
Engrapadoras	2	5.40	10.8
Caja de Grapas (5000 unidades)	1	1.35	1.35
Cartucho para impresor (Negro)	8	18.20	145.60
Cartucho para impresor(Color)	4	24.50	98.00
TOTAL			\$338.10

2.4 DEPRECIACIÓN DE MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA

El método utilizado en esta parte corresponde a la depreciación de línea recta, a la vez se determinara la amortización para los sistemas operativos que utilizarán.

Mobiliario y Equipo	Cantidad	Precio	Valor Total	Vida Útil	Valor de Recuperación	Depreciación Anual
Escritorio Ejecutivo	3	\$129.00	\$387.00	5	0	\$77.40
Silla ejecutiva	3	\$32.90	\$98.70	3	0	\$32.90
Computadora de escritorio	3	\$639.00	\$1,917.00	5	0	\$383.40
Impresora	1	\$119.00	\$119.00	5	0	\$23.80
Laptop	1	\$549.00	\$549.00	5	0	\$109.80
Cañón proyector	1	\$678.00	\$678.00	5	0	\$135.60
Archivero	2	\$159.00	\$318.00	3	0	\$106.00
Pequeña mesa de reuniones	1	\$79.00	\$79.00	3	0	\$26.33
Silla para reunión	8	\$69.90	\$559.20	3	0	\$186.40
Oasis para agua	1	\$245.00	\$245.00	3	0	\$81.67
Librera	1	\$149.00	\$149.00	3	0	\$49.67
Pick up doble cabina	1	\$19,900.00	\$19,900.00	4	0	\$4,975.00
Cámara fotográfica profesional	1	\$335.00	\$335.00	5	0	\$67.00
Aire acondicionado (12000BTU)	1	\$740.00	\$740.00	5	0	\$148.00
TOTAL						\$6,402.97

2.5 AMORTIZACIÓN INVERSIÓN FIJA INTANGIBLE

La amortización de la inversión fija intangible se muestra en la siguiente tabla:

CARGO ANUAL DE AMORTIZACION DE INVERSION FIJA INTANGIBLE			
DESCRIPCIÓN	VALOR	VIDA UTIL (AÑOS)	DEPRECIACIÓN ANUAL
Inversión fija intangible	\$30,622.37	5	\$6,124.474
Total			\$6,124.474

2.6 MANTENIMIENTO DE ACTIVOS FIJOS

Corresponde al mantenimiento de Mobiliario, equipo e instrumentos administrativos. El equipo de oficina que requiere mantenimiento constante es el equipo informático, es decir las computadoras e impresoras, se estima que cada computadora e impresora requiere de \$100/año en concepto de mantenimiento, si se poseen 3 computadoras de escritorio y una laptop, el costo de mantenimiento será de:

Costo Mantenimiento de activos Fijos = costo Mtto. x Número de computadoras

Costo Mantenimiento de activos Fijos = \$100.00/año x 4

Costo Mantenimiento de activos Fijos = \$400.00/año

3) Costos de Comercialización

Se consideran los costos relacionados con el diseño, impresión y distribución del material publicitario.

Descripción	Cantidad Anual	Precio Unitario	Costo Total
Brochures	3000	\$0.26	\$780.00
Afiches	250	\$0.95	\$237.50
Stikers	3000	\$0.15	\$450.00
Banners	38	\$13.00	\$494.00
Mapas	100	\$0.50	\$50.00
Distribución	-	-	\$488.50
TOTAL			\$2,500.00

Depreciación de Señalización

Señales	Cantidad	Costo Unitario (\$)	Costo Total (\$)	Vida útil	Valor de Recuperación	Depreciación anual
Valla principal de la iniciativa	7	\$155.00	\$1,085.00	5	0	\$217.00
Identificación de senderos	55	\$55.00	\$3,025.00	5	0	\$605.00
Identificación de cada actividad	65	\$12.00	\$780.00	5	0	\$156.00
Vallas en carretera	3	\$1,100.00	\$3,300.00	5	0	\$660.00
Rótulos en carretera y calles	15	\$300.00	\$4,500.00	5	0	\$900.00
TOTAL						\$2,538.00

COSTO TOTAL DE COMERCIALIZACIÓN

Material publicitario	\$ 2,500.00
Depreciación señalización	\$2,538.00
TOTAL	\$ 5,038.00

4) Costos financieros

La inversión total para la implantación del Proyecto corresponde a \$176,356.35, de los cuales se financiara a través de la banca nacional el monto de \$141,085.08, a través de una tasa del 6.25%, que se realiza con el BANDESAL, la cuota anual se obtiene por medio de la siguiente fórmula:

$$C = P (i (1+i)^n / (1+i)^n - 1)$$

Donde:

C: cantidad a colocar al final de cada uno de los n años

i: tasa de interés = 6.25%

P: capital financiado = \$141,085.08

n: número de años que dura el crédito = 15 años

A continuación se muestra el cuadro de amortización de la deuda debido al crédito:

Costos financieros

COSTOS FINANCIEROS				
Años de plazo	Interés	Cuota anual	Pago a capital	Monto de la deuda anual
0				\$141,085.08
1	\$8,817.82	\$14,764.73	\$5,946.91	\$135,138.17
2	\$8,446.14	\$14,764.73	\$6,318.59	\$128,819.58
3	\$8,051.22	\$14,764.73	\$6,713.50	\$122,106.08
4	\$7,631.63	\$14,764.73	\$7,133.10	\$114,972.98
5	\$7,185.81	\$14,764.73	\$7,578.92	\$107,394.06
6	\$6,712.13	\$14,764.73	\$8,052.60	\$99,341.46
7	\$6,208.84	\$14,764.73	\$8,555.89	\$90,785.58
8	\$5,674.10	\$14,764.73	\$9,090.63	\$81,694.95
9	\$5,105.93	\$14,764.73	\$9,658.79	\$72,036.16
10	\$4,502.26	\$14,764.73	\$10,262.47	\$61,773.69
11	\$3,860.86	\$14,764.73	\$10,903.87	\$50,869.82
12	\$3,179.36	\$14,764.73	\$11,585.36	\$39,284.45
13	\$2,455.28	\$14,764.73	\$12,309.45	\$26,975.00
14	\$1,685.94	\$14,764.73	\$13,078.79	\$13,896.21
15	\$868.51	\$14,764.73	\$13,896.21	\$0.00

RESUMEN DE COSTOS FIJOS

COSTOS FIJOS	
Costos de Operación	\$13,470.00
Costos de Administración	\$35,091.20
Costos de Comercialización	\$5,038.00
Costos Financieros	\$8,817.82
COSTOS FIJOS TOTALES	\$62,417.02

b. Costos variables

Dentro de los costos variables se consideraran todos aquellos que varían con la cantidad de servicios que se brindarán, se definen a continuación:

- Costos de Servicios de Alojamiento.
- Costos de Servicios de Alimentación.
- Costos de Visitas agroindustriales.
- Costos de Contratación de Guías Turísticos.
- Costos de Contratación de Transporte.

Por tanto dentro de estos se identifican y detallan costos incurridos en la prestación del servicio que son manejados por el Comité de Desarrollo Turístico.

Costos de Servicios de Alojamiento

Los costos de servicios de alojamiento han sido determinados en base a los precios proporcionados por cada una de las iniciativas que ofrecen dicho servicio; y de la afluencia turística que se espera en el año 1 para dichos sitios, a partir del porcentaje promedio de personas que optan por alojarse (59.5%).

INICIATIVA	PRECIO DE HABITACIÓN	TOTAL/AÑO (DEMANDA ANUAL)
PARQUE TEHUACAN	\$25 (De dos a ocho personas)	22,550
Cabañas y Rancho Brisas del Mar (ISLA MONTECRISTO)	\$ 15 (De dos a cinco personas)	18,040
HOSTAL LEMPA MAR (La Pita)	\$25 (tres personas)	30,066
TOTAL		70,655

Costos de Servicios de Alimentación

Los costos de alimentación han sido determinados en base a los precios promedios establecidos por cada uno de los establecimientos que ofrecen dicho servicio, para cada uno de los tiempos de comida, y de la afluencia turística que se espera en el año 1.

CON ALOJAMIENTO				
INICIATIVA	ACTIVIDAD	PRECIO/VISITANTE	CANTIDAD	COSTO TOTAL (DEMANDA ANUAL)
PARQUE TEHUACAN	Desayuno	\$2.00	2	3,608
	Almuerzo	\$5.00	2	9,020
	Cena	\$2.00	1	7,216
Cabañas y Rancho Brisas del Mar (ISLA MONTECRISTO)	Desayuno	\$1.50	2	2,706
	Almuerzo	\$1.50	2	2,706
	Cena	\$1.50	1	5,412
HOSTAL LEMPA MAR (La Pita)	Desayuno	\$2.50	2	4,510
	Almuerzo	\$7.00	2	12,628
	Cena	\$2.50	1	9,020
TOTAL				56,825

SIN ALOJAMIENTO			
INICIATIVA	ACTIVIDAD	PRECIO/VISITANTE	COSTO TOTAL (DEMANDA ANUAL)
PARQUE TEHUACAN	Desayuno	\$2.00	3,720.9
	Almuerzo	\$6.00	11,162.8
	Desayuno	\$1.50	2,790.7

Cabañas y Rancho Brisas del Mar (ISLA MONTECRISTO)	Almuerzo	\$1.50	2,790.7
HOSTAL LEMPA MAR (La Pita)	Desayuno	\$2.50	4,651.2
	Almuerzo	\$7.00	13,023.3
POLIGONO SOLIDARIDAD	Desayuno	\$2.00	3,720.9
	Almuerzo	\$3.50	6,511.6
TOTAL			48,372.2

Costos de Visitas Agroindustriales

Los costos de visitas han sido determinados en base a los precios proporcionados por iniciativas: Planta de procesamiento de Marañón, visita a la plantación de marañón, Planta de elaboración de Jugos de Marañón, Planta de Elaboración de filtros para Agua y la Planta procesadora de Mariscos, así como de la afluencia turística que se espera en el año 1.

INICIATIVA	ACTIVIDAD	PRECIO/VISITANTE	COSTO TOTAL (DEMANDA ANUAL)
ISLA DE MONTECRISTO	Visita a Cultivo de Marañón	\$1.00	18,375
	Visita Planta Procesadora de Semilla de marañón	\$0.50	9,188
LA PITA	Visita Planta procesadora de Mariscos	\$0.50	9,188
ISLA TASAJERA	Visita Observatorio de la Tortuga Marina	\$1.00	18,375
	Vista a cultivo de conchas	\$1.00	18,375
POLIGONO SOLIDARIDAD	Visita a Planta elaboración de Jugos de Marañón	\$0.50	9,188
	Planta de Elaboración de filtros para Agua	\$0.50	9,188
TOTAL			91,875

Costos de Contratación de Guías Turísticos

Se determinarán los salarios para los guías turísticos por temporada, estos han sido establecidos según la afluencia turística identificada en la etapa de diagnóstico. A continuación se determinan los costos por temporada.

DESCRIPCIÓN	NO. DE EMPLEADOS	TIEMPO QUE LABORAN	SALARIO DIA	SALARIO ANUAL
Guías Turísticos Por temporada (Marzo)	8	2 semana	\$10.00	\$1,200.00
Guías Turísticos Por temporada(Agosto)	8	2 semana	\$10.00	\$1,200.00
Guías Turísticos Por temporada(Abril y Diciembre)	5	2 mes	\$10.00	\$3,000.00
Guías Turísticos para resto de meses	2	13 semanas	\$10.00	\$1,800.00
TOTAL				\$7,200.00

Costos de Contratación de Transporte

Transporte terrestre.

No. DE TURISTAS	COSTO POR TURISTA	COSTO ANUAL
10,933	\$ 3.00	\$32,799.00
TOTAL		\$32,799.00

Lanchas

	DESTINO	COSTO/TURISTA	COSTO/ANUAL
CON ALOJAMIENTO	Montecristo	\$2.00	\$11,061.75
	Tasajera	\$2.50	\$13,827.19
SIN ALOJAMIENTO	Montecristo/Tasajera	\$2.50	\$5,145.00
TOTAL			\$30,033.94

COSTO TOTAL CONTRATACIÓN DE TRANSPORTE

TOTAL	\$62,832.94
--------------	--------------------

c. Costos de paquetes

1) Unitarios

Costos Variables Unitarios por Paquetes

Para calcular el costo total unitario para cada uno de los paquetes (de un día y dos días una noche) para un grupo familiar o de amigos, se debe mencionar que según el método por costeo directo solo

se consideraran los costos variables obtenidos por temporada y paquete, ya que los costos fijos permanecen constantes en un periodo determinado y por lo tanto no son considerados. Por lo tanto se tendrán en cuenta el costo variable unitario de la prestación del servicio: hospedaje, alimentación, visitas, el costo variable unitario por guías por temporada y contratación de transporte. A continuación se presentan los paquetes propuestos (paquetes para 4 personas):

PAQUETE 1: "RUTA MEMORIAS DE TEHUACAN" (UN DÍA)	
Almuerzo	\$20.00
Visitas a Miradores, Mariposario, Museo y Ruinas	\$0.50
Actividades recreativas opcionales (2)	\$3.00
Refrigerio (4)	\$2.40
TOTAL	\$25.90

TABLA 12. Costo variable unitario. Paquete 2

PAQUETE 2: "RUTA MEMORIAS DE TEHUACAN" (DOS DIAS Y UNA NOCHE)	
Desayuno (2)	\$4.00
Almuerzo (4)	\$20.00
Cena (2)	\$4.00
Alojamiento	\$25.00
Visitas a Miradores, Mariposario, Museo y Ruinas	\$0.50
Visita a plantas de Jugo de Marañón, filtros o controladores de plagas	\$0.50
Actividades recreativas opcionales (4)	\$6.00
Refrigerio (4)	\$2.40
Guías turísticos	\$0.27
Transporte	\$12.00
TOTAL	\$74.67

PAQUETE 3: "RUTA LOS CAMINOS DEL MARAÑÓN" (UN DÍA)	
Almuerzo (2)	\$14.00
Visitas a plantas de Jugo de Marañón, filtros o controladores de plagas	\$0.50
Visitas a planta de Semilla de Marañón	\$0.50
Visitas a planta de Mariscos	\$0.50
Guías turísticos	\$0.27
Transporte	\$18.00
TOTAL	\$33.77

PAQUETE 4: "RUTA LOS CAMINOS DEL MARAÑÓN" (DOS DIAS Y UNA NOCHE)	
Desayuno (2)	\$5.00
Almuerzo La Pita (2)	\$14.00
Almuerzo Isla (2)	\$3.00
Cena (2)	\$5.00
Alojamiento	\$25.00
Visitas por plantas de Jugo de Marañón, filtros o controladores de plagas	\$0.50
Visita a plantación de Marañón	\$0.50
Visita por planta de Mariscos	\$0.50
Actividad expositiva de sobre el cultivo del Marañón	\$2.00
Guías turísticos	\$0.27
Transporte	\$18.00
Recorrido en Lancha	\$16.00
TOTAL	\$89.77

PAQUETE 5: "BRISAS DE LEMPA-MAR" (UN DÍA)	
Almuerzo (4)	\$14.00
Refrigerio (4)	\$2.40
Visitas guiada Observatorio de tortugas	\$2.00
Visitas Cultivo de Conchas	\$1.00
Visitas Planta de Mariscos	\$0.50
Guías turísticos	\$0.27
Recorrido en Lancha	\$16.00
TOTAL	\$36.17

PAQUETE 6: "BRISAS DE LEMPA-MAR" (DOS DIAS Y UNA NOCHE)	
Desayuno (2)	\$3.00
Almuerzo Isla Tasajera (2)	\$7.00
Almuerzo Isla Montecristo(2)	\$3.00
Cena (2)	\$3.00
Refrigerio (4)	\$2.40
Alojamiento	\$15.00
Visitas guiada Observatorio de tortugas	\$2.00
Visitas Cultivo de Conchas	\$1.00
Visitas Planta de Mariscos	\$0.50
Guías turísticos	\$0.27
Actividades recreativas opcionales (2)	\$6.00
Recorrido en Lancha por desembocadura de Lempa y playas	\$18.00
TOTAL	\$61.17

2) Totales

Por paquetes:

Estos costos han sido establecidos por cada paquete para cada una de las seis rutas, donde además se clasificarán por aquellos que incluyen y no incluyen alojamiento.

COSTO TOTAL UNITARIO POR PAQUETES		
RUTA	PAQUETE	COSTO TOTAL UNITARIO
RUTA MEMORIAS DE TEHUACAN	DE UN DIA	\$25.90
	DOS DIAS Y UNA NOCHE	\$74.67
RUTA LOS CAMINOS DEL MARAÑON	DE UN DIA	\$33.77
	DOS DIAS Y UNA NOCHE	\$89.77
RUTA BRISAS DE LEMPA-MAR	DE UN DIA	\$36.17
	DOS DIAS Y UNA NOCHE	\$61.17

ANEXO 5.4: PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

a. Presupuesto de ingresos

1) Precio de venta

Para el establecimiento del precio de los paquetes turísticos, la fijación del margen de utilidad es una decisión estratégica para la actividad económica del Comité, además se consideran aspectos como el gasto turístico que el mercado consumidor final indicó tener en el estudio previo de diagnóstico, también se considerarán los precios de los productos turísticos ofrecidos por la competencia. A continuación se detalla cada uno de los elementos:

1. Mercado consumidor El estudio de mercado arrojó que el 5% del turista nacional invierte menos de \$50.0 por día, frente a un promedio por cada visita realizada por parte de un turista extranjero (la mayor proporción de 38%) entre \$51.00 - \$100.00.
2. Mercado Competidor Para el caso de la competencia los precios varían según las actividades que el turista realice, muchos precios están formados por paquetes que contienen desde transporte, comida alimentación, paseos entre otras actividades. Algunos precios en actividades individuales son los siguientes:
 - Entrada a los lugares de \$1.00 a \$2.00
 - Alimentación de \$3 a \$5
 - Actividades recreativas \$8.00
 - Cabañas \$10.00 a \$35.00
 - Derecho de acampar \$5.00
 - Préstamos de utensilios para acampar de \$1 a \$5.00

Algunos precios por paquetes dependiendo los días de estadía o la cantidad de actividades a realizar durante un día son los siguientes: **Paquetes: \$10.00, \$18.00, \$20.00, \$22.00 y \$50.00**

Margen de utilidad

Su cálculo representado por la diferencia del precio de venta sobre el costo total unitario de un producto, serán las ganancias que percibirá el Comité Turístico.

Para el establecimiento de los precios de los paquetes se consideró un precio fijo para cada tipo (con alojamiento y sin alojamiento -un día y dos días, una noche-) teniendo en cuenta la clasificación a la que corresponde cada paquete individual o grupo. El precio para ambos paquetes se han calculado en base a los paquetes individuales, que con alojamiento se ha establecido un precio fijo independiente de cada ruta de \$35.00 (salvo para la ruta “Los caminos del MaraÑón” se para la cual se ha establecido un precio de \$45.00 por persona debido a que su costo unitario excede al resto en proporción del 21%), y sin alojamiento de \$20.00 todo ello tomando en cuenta la información proporcionada por el mercado consumidor y competidor. Por lo tanto los paquetes de grupo familiar o amigos que son para un número igual o mayor a 4 personas, sus precios han sido calculados teniendo como base el precio del paquete individual por la cantidad de los mismos, aplicando el 5% de descuento como estrategia de mercado. Estos se detallan a continuación:

	PAQUETE	COSTO TOTAL UNITARIO	MARGEN DE UTILIDAD	PRECIO DE VENTA
PAQUETES CON ALOJAMIENTO				
RUTA MEMORIAS DE TEHUACAN	Paquete Grupo Familiar/amigos	\$78.48	69.47%	\$133.00
	Paquete Individual	\$19.62	78.39%	\$35.00
RUTA LOS CAMINOS DEL MARAÑON	Paquete Grupo Familiar/amigos	\$95.08	79.85%	\$171.00
	Paquete Individual	\$23.77	89.31%	\$45.00
RUTA BRISAS DE LEMPA-MAR	Paquete Grupo Familiar/amigos	\$68.48	94.22%	\$133.00
	Paquete Individual	\$17.12	104.44%	\$35.00
PAQUETES SIN ALOJAMIENTO				
RUTA MEMORIAS DE TEHUACAN	Paquete Grupo Familiar/amigos	\$28.48	166.85%	\$76.00
	Paquete Individual	\$7.12	180.90%	\$20.00
RUTA LOS CAMINOS DEL MARAÑON	Paquete Grupo Familiar/amigos	\$39.08	94.47%	\$76.00
	Paquete Individual	\$9.77	104.71%	\$20.00
RUTA BRISAS DE LEMPA-MAR	Paquete Grupo Familiar/amigos	\$43.48	74.79%	\$76.00
	Paquete Individual	\$10.87	83.99%	\$20.00

2) Venta de servicios

Esta parte de la proyección de afluencia turística establecida en el estudio de mercado (Ver más adelante Anexo 4.11 Proyección de Venta por paquetes turísticos) y de los precios de venta previamente establecidos para cada paquete.

La proyección de los ingresos por venta futuros que se muestra a continuación se han efectuado para los siguientes 5 años una vez ejecutado el proyecto (tomando como punto de partida el año

2014), cabe mencionar que estos datos han sido afectados por las variaciones de la tasa de inflación proyectadas partiendo de datos históricos registrados por el Banco Central De Reserva de El Salvador

A continuación se presentan las proyecciones de ingresos por venta futuros para cada uno de los 5 años, tomando en cuenta los seis diferentes paquetes propuestos:

TABLA No.: Ingresos por ventas futuras para año 1

TOTAL AÑO 1 SIN ALOJAMIENTO (Amigos/Familiar Y Paquete Individual)		TOTAL AÑO 1 CON ALOJAMIENTO (Amigos/Familiar Y Paquete Individual)	
PAQUETE 1	\$28,480.00	PAQUETE 2	\$109,830.00
PAQUETE 3	\$49,860.00	PAQUETE 4	\$164,853.00
PAQUETE 5	\$64,100.00	PAQUETE 6	\$128,219.00
TOTAL A	\$142,440.00	TOTAL B	\$402,902.00
TOTAL A+B = \$545,342.00			

TABLA No.: Ingresos por ventas futuras para año 2

TOTAL AÑO 1 SIN ALOJAMIENTO (Amigos/Familiar Y Paquete Individual)		TOTAL AÑO 1 CON ALOJAMIENTO (Amigos/Familiar Y Paquete Individual)	
PAQUETE 1	\$29,552.00	PAQUETE 2	\$114,184.00
PAQUETE 3	\$51,812.00	PAQUETE 4	\$171,270.00
PAQUETE 5	\$66,588.00	PAQUETE 6	\$133,210.00
TOTAL A	\$147,952.00	TOTAL B	\$418,664.00
TOTAL A+B = \$566,616.00			

TABLA No.: Ingresos por ventas futuras para año 3

TOTAL AÑO 1 SIN ALOJAMIENTO (Amigos/Familiar Y Paquete Individual)		TOTAL AÑO 1 CON ALOJAMIENTO (Amigos/Familiar Y Paquete Individual)	
PAQUETE 1	\$30,260.00	PAQUETE 2	\$116,830.00
PAQUETE 3	\$52,980.00	PAQUETE 4	\$175,059.00
PAQUETE 5	\$68,100.00	PAQUETE 6	\$136,157.00
TOTAL A	\$151,340.00	TOTAL B	\$428,046.00
TOTAL A+B = \$579,386.00			

TABLA No.: Ingresos por ventas futuras para año 4

TOTAL AÑO 1 SIN ALOJAMIENTO (Amigos/Familiar Y Paquete Individual)		TOTAL AÑO 1 CON ALOJAMIENTO (Amigos/Familiar Y Paquete Individual)	
PAQUETE 1	\$31,064.00	PAQUETE 2	\$119,644.00
PAQUETE 3	\$54,300.00	PAQUETE 4	\$179,496.00
PAQUETE 5	\$69,804.00	PAQUETE 6	\$139,608.00
TOTAL A	\$155,168.00	TOTAL B	\$438,748.00
TOTAL A+B = \$593,916.00			

TABLA No.: Ingresos por ventas futuras para año 5

TOTAL AÑO 1 SIN ALOJAMIENTO (Amigos/Familiar Y Paquete Individual)		TOTAL AÑO 1 CON ALOJAMIENTO (Amigos/Familiar Y Paquete Individual)	
PAQUETE 1	\$32,844.00	PAQUETE 2	\$126,511.00
PAQUETE 3	\$57,420.00	PAQUETE 4	\$189,702.00
PAQUETE 5	\$73,804.00	PAQUETE 6	\$147,546.00
TOTAL A	\$164,068.00	TOTAL B	\$463,759.00
TOTAL A+B = \$627,827.00			

b. Punto de Equilibrio

La gráfica de punto de equilibrio es un interesante método de control. Ella ilustra la relación entre las ventas y los gastos de manera que indica qué volumen de ingresos cubre en forma exacta los gastos. Con la gráfica del Punto de Equilibrio se presenta de manera visual la dirección del Comité de Desarrollo Turístico, la estructura de las utilidades en el momento presente así como en el futuro.

Para ello debe calcularse primero el punto de equilibrio, el cual toma varias formas:

Al obtener el punto de equilibrio en dólares, se considera la siguiente fórmula:

$$\begin{aligned} \text{Punto de Equilibrio (en unidades monetarias)} &= \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Unitario}}{\text{Precio de Venta}}} \\ &= \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{coeficiente del margen de contribucion}} \end{aligned}$$

Donde el coeficiente del margen de contribución se refiere a la utilidad que se obtiene por cada dólar de venta obtenido, considerando únicamente los costos variables. A continuación se muestra el punto de equilibrio en unidades monetarias.

TABLA No. Detalle de punto de equilibrio en unid. Monetarias para paquetes Individuales por Rutas

PAQUETE INDIVIDUAL	RUTA MEMORIAS DE TEHUACAN		RUTA LOS CAMINOS DEL MARAÑÓN		RUTA BRISAS DE LEMPA-MAR		TOTAL
	Paquete 1	Paquete 2	Paquete 3	Paquete 4	Paquete 5	Paquete 6	
Ventas Proyectadas	\$4,160.00	\$16,065.00	\$7,300.00	\$24,120.00	\$9,380.00	\$18,760.00	\$79,785.00
Punto de equilibrio	\$739.34	\$4,184.34	\$1,633.47	\$5,851.59	\$2,351.78	\$4,203.08	\$18,963.59
Costos Fijos Totales	\$476.13	\$1,838.72	\$835.52	\$2,760.65	\$1,073.59	\$2,147.17	\$9,131.78
Precio de Venta	\$20.00	\$35.00	\$20.00	\$45.00	\$20.00	\$35.00	
Costo Variable Unitario	\$7.12	\$19.62	\$9.77	\$23.77	\$10.87	\$17.12	\$41,067.66
Margen de Contribución	\$12.88	\$15.38	\$10.23	\$21.23	\$9.13	\$17.88	

TABLA No. Detalle de punto de equilibrio en unid. Monetarias para paquetes Familiares y amigos por Rutas

PAQUETE FAM/AMIGOS	RUTA MEMORIAS DE TEHUACAN		RUTA LOS CAMINOS DEL MARAÑÓN		RUTA BRISAS DE LEMPA-MAR		TOTAL
	Paquete 1	Paquete 2	Paquete 3	Paquete 4	Paquete 5	Paquete 6	
Ventas Proyectadas	\$24,320.00	\$93,765.00	\$42,560.00	\$140,733.00	\$54,720.00	\$109,459.00	\$465,557.00
Punto de equilibrio	\$4,451.79	\$26,180.06	\$10,027.38	\$36,280.22	\$14,636.70	\$25,825.15	\$117,401.31
Costos Fijos Totales	\$2,783.54	\$10,731.86	\$4,871.20	\$16,107.57	\$6,262.97	\$12,528.11	\$53,285.24
Precio de Venta	\$76.00	\$133.00	\$76.00	\$171.00	\$76.00	\$133.00	
Costo Variable Unitario	\$28.48	\$78.48	\$39.08	\$95.08	\$43.48	\$68.48	\$252,242.28
Margen de Contribución	\$47.52	\$54.52	\$36.92	\$75.92	\$32.52	\$64.52	

El resultado obtenido del punto de equilibrio en unidades monetarias se interpreta como las ventas necesarias para que el Comité opere sin pérdidas ni ganancias. Si sus ventas están por debajo de esa cantidad, el CDT pierde y por arriba de la cifra mencionada para cada paquete son utilidades para la empresa. De los cuadros anteriores se muestra que durante el primer año de operaciones del proyecto, se cubren los costos fijos mediante la venta de la cantidad de paquetes pretendida.

El otro análisis del punto de equilibrio se refiere a las unidades, para el cual se empleará la siguiente fórmula para su respectivo análisis:

$$\text{Punto de Equilibrio (en unidades)} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio de Venta Unitario} - \text{Costo Variable Unitario}}$$

$$= \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Margen de Contribucion Unitario}}$$

Donde el "margen de contribución", es el excedente disponible para cubrir el costo fijo y proveer utilidad después de que las ventas se hayan utilizado para cubrir el costo variable. A continuación se determina el punto de equilibrio en unidades (paquetes)

TABLA No. Detalle de punto de equilibrio en unidades para paquetes Individuales por Rutas

PAQUETE INDIVIDUAL	RUTA MEMORIAS DE TEHUACAN		RUTA LOS CAMINOS DEL MARAÑÓN		RUTA BRISAS DE LEMPA-MAR		TOTAL
	Paquete 1	Paquete 2	Paquete 3	Paquete 4	Paquete 5	Paquete 6	
Ventas Proyectadas	208	459	365	536	469	536	2573
Punto de equilibrio	37	120	82	130	118	120	606
Costos Fijos Totales	\$476.13	\$1,838.72	\$835.52	\$2,760.65	\$1,073.59	\$2,147.17	\$9,131.78
Precio de Venta	\$20.00	\$35.00	\$20.00	\$45.00	\$20.00	\$35.00	
Costo Variable Unitario	\$7.12	\$19.62	\$9.77	\$23.77	\$10.87	\$17.12	\$41,067.66
Margen de Contribución	\$12.88	\$15.38	\$10.23	\$21.23	\$9.13	\$17.88	

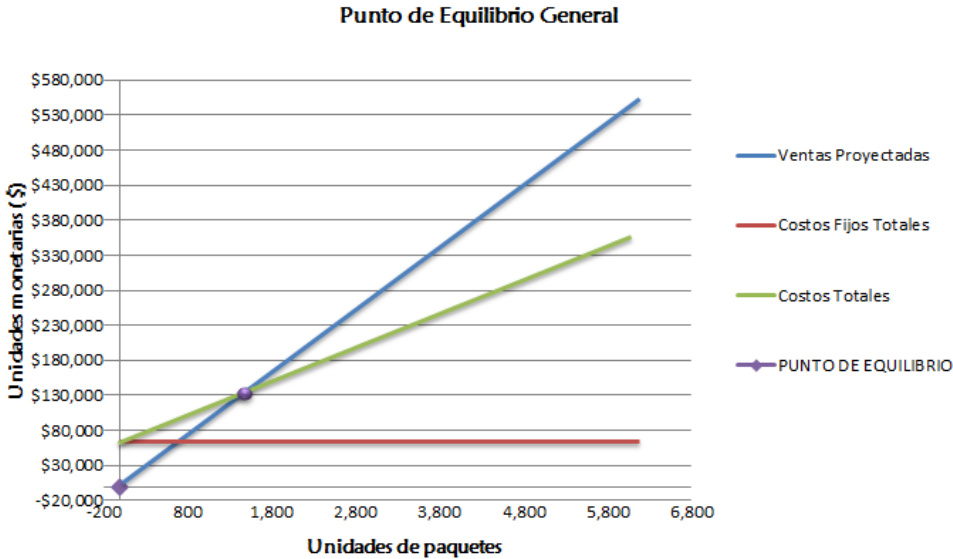
TABLA No. Detalle de punto de equilibrio en unid. Monetarias para paquetes Familiares y amigos por Rutas

PAQUETE INDIVIDUAL	RUTA MEMORIAS DE TEHUACAN		RUTA LOS CAMINOS DEL MARAÑÓN		RUTA BRISAS DE LEMPA-MAR		TOTAL
	Paquete 1	Paquete 2	Paquete 3	Paquete 4	Paquete 5	Paquete 6	
Ventas Proyectadas	320	705	560	823	720	823	3951
Punto de equilibrio	59	197	132	212	193	194	986
Costos Fijos Totales	\$2,783.54	\$10,731.86	\$4,871.20	\$16,107.57	\$6,262.97	\$12,528.11	\$53,285.24
Precio de Venta	\$76.00	\$133.00	\$76.00	\$171.00	\$76.00	\$133.00	
Costo Variable Unitario	\$28.48	\$78.48	\$39.08	\$95.08	\$43.48	\$68.48	\$252,242.28
Margen de Contribución	\$47.52	\$54.52	\$36.92	\$75.92	\$32.52	\$64.52	

Según indica el punto de equilibrio en unidades es que para que la empresa esté en un punto en donde no existan pérdidas ni ganancias, se deberán vender las cantidades de paquetes al año como se muestra en el cuadro anterior, considerando que conforme aumenten las unidades vendidas, la utilidad se incrementará.

A continuación, tomando como referencia la información previamente planteada, se muestra la gráfica del Punto de Equilibrio General de todo el proyecto, para la oferta de los diferentes paquetes:

PUNTO DE EQUILIBRIO GENERAL CDT		
	Unidades de paquetes	Dinero
Ingresos	6524	\$545,342.00
Costos Fijos		\$62,417.02
Costos Variables		\$293,309.94
Costos Totales		\$355,726.96
Punto de Equilibrio	1592	\$136,364.89



La gráfica muestra que el punto de equilibrio del proyecto se encuentra en las 1592 unidades (paquetes), las ventas mínimas que se podría soportar durante el proyecto equivalen a \$136,364.89. En este punto no se estaría incurriendo en pérdidas.

ANEXO 5.5: ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA DEL CDTT

Los estados financieros pro forma (estados financieros futuros) pueden ser proyectados para el número de años deseados, sin embargo el riesgo del error al proyectar se aumenta conforme aumenta el tiempo de proyección.

Los estados financieros proyectados son el flujo de efectivo, el estado de resultados y el balance general, todos para los 5 años que es el periodo de estudio establecido.

a. Balance General Proforma

El cálculo del Balance General Pro forma, permite ver la situación financiera del Comité de Desarrollo Turístico al final del primer periodo de operación.

A continuación se presenta el balance general proyectado para los 5 años:

TABLA No. Balance General proyectado del año 2009 al año 2018

Rubro	Año 0	2014	2015	2016	2017	2018
ACTIVOS						
Caja y Banco	\$22,590.94	\$193,310.38	\$316,442.36	\$442,443.93	\$573,299.31	\$722,774.53
<i>Total de Activos corrientes</i>	<i>\$22,590.94</i>	<i>\$193,310.38</i>	<i>\$316,442.36</i>	<i>\$442,443.93</i>	<i>\$573,299.31</i>	<i>\$722,774.53</i>
Activo fijo Tangible	\$123,143.04	\$123,143.04	\$123,143.04	\$123,143.04	\$123,143.04	\$123,143.04
Activo Intangible	\$30,622.37	\$30,622.37	\$30,622.37	\$30,622.37	\$30,622.37	\$30,622.37
Depreciación y Amortización Acumulado	\$0.00	\$15,065.44	\$30,130.88	\$45,196.32	\$60,261.76	\$70,352.20
<i>Total activos no corriente</i>	<i>\$153,765.41</i>	<i>\$168,830.85</i>	<i>\$183,896.29</i>	<i>\$198,961.73</i>	<i>\$214,027.18</i>	<i>\$224,117.62</i>
Total Activos	\$176,356.35	\$362,141.23	\$500,338.66	\$641,405.66	\$787,326.48	\$946,892.15
PASIVOS						
Cuenta por pagar (Impuestos)	\$0.00	\$57,519.54	\$60,610.67	\$62,517.35	\$64,671.38	\$69,544.79
Dividendos por pagar	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<i>Total Pasivo Corriente</i>	<i>\$0.00</i>	<i>\$57,519.54</i>	<i>\$60,610.67</i>	<i>\$62,517.35</i>	<i>\$64,671.38</i>	<i>\$69,544.79</i>
Préstamo	\$141,085.08	\$135,138.17	\$128,819.58	\$122,106.08	\$114,972.98	\$107,394.06
<i>Total Pasivo no Corriente</i>	<i>\$141,085.08</i>	<i>\$135,138.17</i>	<i>\$128,819.58</i>	<i>\$122,106.08</i>	<i>\$114,972.98</i>	<i>\$107,394.06</i>
Total Pasivos	\$141,085.08	\$192,657.71	\$189,430.24	\$184,623.43	\$179,644.36	\$176,938.85
PATRIMONIO						
Capital Social	\$35,271.27	\$35,271.27	\$35,271.27	\$35,271.27	\$35,271.27	\$35,271.27
Utilidad Retenida Acumulada	\$0.00	\$134,212.25	\$275,637.14	\$421,510.97	\$572,410.86	\$734,682.03
Total Patrimonio	\$35,271.27	\$169,483.53	\$310,908.41	\$456,782.24	\$607,682.13	\$769,953.30
Total Pasivo y Patrimonio	\$176,356.35	\$362,141.23	\$500,338.66	\$641,405.66	\$787,326.48	\$946,892.15

b. Estados de Resultados Proforma

El estado de resultados o llamado también de pérdidas y ganancias tiene como objetivo calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, de manera global, el beneficio de la operación, este se calcula restando de los ingresos los costos en que se incurren, los impuestos que sobre éste deben de pagarse. A continuación se presenta el estado de resultados proforma para el Comité de Desarrollo Turístico.

TABLA No. Estado de ganancias y pérdidas proyectado

ESTADO DE RESULTADOS COMITÉ DE DESARROLLO TURISTICO DE TECOLUCA					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Totales	\$545,342.00	\$566,616.00	\$579,386.00	\$593,916.00	\$627,827.00
Menos:					
Costos Variables					
<i>Costos de Prestación del servicio</i>	\$291,193.19	\$302,535.11	\$309,344.40	\$317,113.90	\$335,226.03
Margen de contribución	\$254,148.81	\$264,080.89	\$270,041.60	\$276,802.10	\$292,600.97
Menos:					
Costos Fijos					
<i>Costos de Prestación del Servicio</i>	\$13,470.00	\$13,470.00	\$13,470.00	\$13,470.00	\$13,470.00
<i>Costos de Administración</i>	\$35,091.20	\$35,091.20	\$35,091.20	\$35,091.20	\$35,091.20
<i>Costos de Comercialización</i>	\$5,038.00	\$5,038.00	\$5,038.00	\$5,038.00	\$5,038.00
Utilidad neta en operaciones	\$200,549.61	\$210,481.69	\$216,442.40	\$223,202.90	\$239,001.77
Menos:					
<i>Costos Financieros</i>	\$8,817.82	\$8,446.14	\$8,051.22	\$7,631.63	\$7,185.81
Utilidad antes de Impuestos	\$191,731.79	\$202,035.55	\$208,391.18	\$215,571.27	\$231,815.96
Impuesto sobre la Renta (30%)	\$57,519.54	\$60,610.67	\$62,517.35	\$64,671.38	\$69,544.79
Utilidad Neta del Periodo	\$134,212.25	\$141,424.89	\$145,873.82	\$150,899.89	\$162,271.17
Mas:					
Depreciación de Mobiliario y Equipo	\$3,965.97	\$3,965.97	\$3,965.97	\$3,965.97	\$3,965.97
Depreciación de Vehículo	\$4,975.00	\$4,975.00	\$4,975.00	\$4,975.00	\$0.00
Amortización de Inversión fija	\$6,124.47	\$6,124.47	\$6,124.47	\$6,124.47	\$6,124.47
Menos:					
Pago a Capital	\$5,946.91	\$6,318.59	\$6,713.50	\$7,133.10	\$7,578.92
Flujo Neto de Efectivo	\$143,330.79	\$150,171.74	\$154,225.76	\$158,832.23	\$164,782.70

C. Flujo de Efectivo

El Estado de Flujos de Caja muestra el movimiento de ingresos y egresos y la disponibilidad de fondos a una fecha determinada. Las variables de flujo, suponen la existencia de una corriente económica y se caracterizan por una dimensión temporal; se expresan de manera necesaria en cantidades medidas durante un periodo.

A continuación se presenta el detalle del consolidado de ventas en efectivo para los 5 años de análisis:

TABLA No. Flujo de efectivo consolidado para 5 años

FLUJO DE EFECTIVO					
Rubro	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo Inicial	\$22,590.94	\$223,441.26	\$376,704.13	\$532,836.58	\$693,822.84
Ingreso por Ventas (+)	\$545,342.00	\$566,616.00	\$579,386.00	\$593,916.00	\$627,827.00
Efectivo (=)	\$567,932.94	\$790,057.26	\$956,090.13	\$1,126,752.58	\$1,321,649.84
Costos del Servicio (-)	\$304,663.19	\$316,005.11	\$322,814.40	\$330,583.90	\$348,696.03
Costos de Administración (-)	\$35,091.20	\$35,091.20	\$35,091.20	\$35,091.20	\$35,091.20
Costos de Comercialización (-)	\$5,038.00	\$5,038.00	\$5,038.00	\$5,038.00	\$5,038.00
Utilidad de operación	\$223,140.55	\$433,922.95	\$593,146.53	\$756,039.48	\$932,824.61
Costo Financiero (-)	\$8,817.82	\$8,446.14	\$8,051.22	\$7,631.63	\$7,185.81
Utilidades antes de Imp. (=)	\$214,322.73	\$425,476.82	\$585,095.31	\$748,407.85	\$925,638.80
Impuestos (30%) (-)	\$0.00	\$57,519.54	\$60,610.67	\$62,517.35	\$64,671.38
Utilidades después de Imp. (=)	\$214,322.73	\$367,957.28	\$524,484.64	\$685,890.49	\$860,967.41
Depreciaciones (+)	\$15,065.44	\$15,065.44	\$15,065.44	\$15,065.44	\$10,090.44
Pago a capital (-)	\$5,946.91	\$6,318.59	\$6,713.50	\$7,133.10	\$7,578.92
Flujo Neto de Efectivo (=)	\$223,441.26	\$376,704.13	\$532,836.58	\$693,822.84	\$863,478.94

ANEXO 5.6 EVALUACIÓN ECONÓMICA

En este apartado se realiza una evaluación Económica de la Asociación, la cual se busca identificar rentabilidad, independientemente de la manera como se obtengan y se paguen los recursos financieros que necesite y del modo como se distribuyan los excedentes o utilidades que genera. Entre los aspectos a evaluar en el proyecto a manera de facilitar la toma de decisión es mediante la estimación de los criterios determinados a partir del análisis del Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), y la Relación Beneficio-Costo.

a. DEFINICIÓN DEL COSTO PROMEDIO PONDERADO DEL CAPITAL. (WACC)

1) Generalidades

Este costo de capital nos determina la tasa de descuento, costo de oportunidad, o tasa mínima requerida de retorno de la inversión, con la cual se evaluará el proyecto, de manera que su cálculo toma en cuenta la estructura de financiamiento del proyecto, por lo general las empresas se financian con capital propio y deuda, es por tanto el costo de capital un promedio ponderado del costo de endeudamiento y del costo de capital propio. Partimos de la siguiente Fuente de financiamiento:

Estructura de Financiamiento		
Recursos Propios	Socios	
	Alcaldía Municipal de Tecoluca	
Pasivos Financieros	BANDESAL ³⁷	80%
	Total	

De la etapa de Formulación de la Propuesta, solo conocemos la tasa relacionada a deuda, teniéndose que la Banca de Desarrollo de El Salvador, cobrará una tasa de interés anual de 6,25 % por ser un proyecto del tipo estratégico. De manera que será necesario determinar la tasa de rendimiento para los recursos propios para continuar con el cálculo del costo de capital.

2) Determinación del costo de capital propio

En primer lugar es necesario establecer algunas características determinantes que inciden en el Proyecto:

- Proyecto de carácter innovador, dado que no existe un mercado desarrollado en el País en TRC.
- La competencia nacional se maneja como producto sustituto, asimismo no existe participación de las mismas en el Mercado de Valores por lo que no es un escenario donde se desarrolla el proyecto.
- Las expectativas de retorno de los dueños del Proyecto, sobretodo de las iniciativas turísticas, son inexistentes.

Calculo del Costo de Capital Propio

Como ya se había mencionado con anterioridad, gran parte de su establecimiento dependerá de la percepción del riesgo que tenga el inversor, siendo distinta según sea el perfil del mismo. De manera que, para la presente Estrategia de Desarrollo turístico, se llegó en consenso de grupo a estipular un nivel de riesgo medio, determinado por la aceptación del modelo, dado el carácter innovador del proyecto, la demanda latente versus un mercado poco explotado, de manera que la mejor mezcla

³⁷ Líneas de Financiamiento Primer Piso, Apoyando a las Actividades Estratégicas: Fomento al Turismo

de rendimientos y riesgos posibles que se adecuan a la realidad de la propuesta, se concluyo es la siguiente:

- Asegurar retornos de capital mediante una Tasa libre de riesgo del mercado interno.
- Obtener por lo menos el máximo Retorno en los depósitos a Largo Plazo del Sistema Bancario, que representara la Tasa de riesgo empresarial.
- Dado que el inversionista somete su dinero a una depreciación adicional por efecto de la inflación, se deberá considerar una Tasa promedio de inflación esperada en el País para dar un carácter más real a la tasa³⁸.

Por lo tanto la estructura de la tasa de capital propio queda determinada de la siguiente manera:

$$\text{Costo de Capital propio} = \text{Tasa Libre de Riesgo MI} + \text{Tasa de Riesgo Empresarial} \\ + \text{Tasa de Inflación esperada}$$

ESTIMANDO LAS TASAS:

Tasa Libre de Riesgo Mercado Interno: Corresponde a la tasa de colocación interna de las Letras del Tesoro emitidas por el Gobierno Salvadoreño, efectuada en el país en Febrero 2014 (Séptimo tramo), correspondió a \$ 25,000,000.00, que servirían para financiar el Programa de Apoyo a la política social, siendo pagados a una tasa de interés del 5.53%³⁹. (Fuente Ministerio de Hacienda).

Tasa de Riesgo Empresarial: es la medida de riesgo que se corre por invertir en este tipo de empresas, no se conoce con exactitud rentabilidad del sector, de manera que por lo menos la empresa de retornar la máxima tasa que el sistema Bancario paga por los depósitos a Largo plazo (360 días), el promedio obtenido con vigencia desde 12/02/2014 hasta 18/02/2014, es del 3.63 % (Fuente ABANSA, BCR-SSF).

Tasa de inflación Esperada: este dato corresponde a las estimaciones efectuadas a esta variable respecto a su comportamiento en los próximos años, para ello de ha tomado como base un promedio de los datos de inflación de los últimos cuatro años (2010-2013)⁴⁰, obteniéndose un valor de 2.21%, se espera que los valores en el futuro mantengan cierta similitud a este valor, dado las variaciones sufridas en este periodo histórico.

³⁸ Conocido como Riesgo inflacionario.

³⁹ Serie K-2 , a una Tasa de referencia de LIBOR a 12 meses, a un plazo de 360 días.

⁴⁰ Fuente: BCR Índice de Precios al consumidor (IPC) Base dic. 2009 e Inflación mensual: 2010-2013 (ver más adelante Anexo 4.12)

CALCULO DE LA TASA DE COSTO DE CAPITAL PROPIO

$$\text{Costo de Capital propio} = 5.53\% + 3.63\% + 2.21\%$$

$$\text{Costo de Capital propio} = 11.37\%$$

<u>COSTO DE CAPITAL PROPIO</u>	2014
TM: TASA DE BONOS SI INVIERTE EN BOLSA	5.53%
TR: TASA DE RIESGO EMPRESARIAL:TASA BANCARIA MAS ALTA	3.63%
TIE: TASA PROMEDIO DE INFLACION ESPERADA	2.21%
	11.37%

3) Calculo del costo de capital promedio ponderado (WACC)

Una vez que se conoce el costo o tasa de cada una de las fuentes o recursos financieros, el costo de capital se obtiene promediando el costo de las distintas fuentes, utilizando como ponderaciones o pesos el tanto por uno que cada una de las fuentes representa con relación al pasivo total del CDT de Tecoluca.

Adecuando la estructura anterior para el proyecto, el cálculo del WACC viene dado por:

$$\text{WACC} = \left(\frac{\text{Fondo propio \%}}{\text{Total de Pasivos}} \right) (\text{Tasa de interes accionistas}) + \left(\frac{\text{Pasivo LP\%}}{\text{Total de Pasivos}} \right) (\text{Tasa de interes deuda})$$

Teniendo:

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	2014			
	MONTO	PROPORCION	COSTO	COSTO PONDERADO
PASIVO NO CORRIENTE	\$141,037.08	80%	6.25%	5.00%
FONDOS PROPIOS	\$35,259.27	20%	11.37%	2.27%
TOTAL	\$176,296.35		Costo de Capital	7.27%

Por lo tanto 9.45% es la tasa de descuento mediante la cual se evaluara la propuesta.

b. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Esta determinado como el valor monetario que resulta de restar los flujos descontados o actualizados (C_n) a la inversión inicial (I). Es decir, comparando en el año cero, los valores actuales de las ganancias esperadas contra los desembolsos necesarios para producirlas (Inversión), la tasa de descuento utilizada estará dada por el costo de capital determinado con anterioridad.

$$VAN = -I + \sum_{n=1}^N \frac{Cn}{(1+r)^n}$$

El criterio de aceptación del proyecto estará dado por:

- Si el Valor Actual Neto de los ingresos y gastos anuales es positivo o igual a cero, entonces se acepta el proyecto. ($VAN \geq 0$).
- Si el Valor Actual Neto de los ingresos y gastos anuales es menor que cero, entonces se rechaza el proyecto. ($VAN < 0$).

Determinando la VAN del proyecto a partir del Flujo de Caja proyectado tenemos:

$$VAN = -176,356 + \frac{143,331}{(1+0.0727)^1} + \frac{150,172}{(1+0.0727)^2} + \frac{154,226}{(1+0.0727)^3} + \frac{158,832}{(1+0.0727)^4} + \frac{164,783}{(1+0.0727)^5}$$

$$VAN = 448,686.4$$

De acuerdo a este resultado obtenido ($VAN \geq 0$), se concluye que el proyecto se acepta, ya que este monto obtenido constituye el aporte económico absoluto que los socios obtendrían de implementar esta propuesta, una vez se han satisfecho la tasa mínima de retorno.

C. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Esta representa aquella tasa porcentual que reduce a cero el valor actual neto de la propuesta, de manera que la TIR muestra a los inversionistas la tasa de interés máxima a la que debe contraer préstamos, sin que incurra en futuros fracasos financieros. A diferencia del VAN en este caso se calcula la tasa que lo iguale a cero.

$$0 = -I + \sum_{n=1}^N \frac{Cn}{(1+TIR)^n}$$

Los criterios de decisión son los siguientes:

- Si $TIR \geq TMAR$, entonces el proyecto se acepta
- Si $TIR < TMAR$, entonces el proyecto se rechaza

Aplicando la formula anterior al proyecto obtenemos:

$$176,356 = \frac{143,331}{(1+TIR)^1} + \frac{150,172}{(1+TIR)^2} + \frac{154,226}{(1+TIR)^3} + \frac{158,832}{(1+TIR)^4} + \frac{164,783}{(1+TIR)^5}$$

Apoyándonos en la herramienta Excel para iterar por prueba y error, la tasa que determina el VAN=0, logrando esta situación se satisface en:

$$TIR = 80\%$$

Este resultado demuestra que el proyecto es rentable, puesto que el rendimiento interno de la inversión es de 80% la cual supera la tasa mínima requerida del proyecto definida por el costo de capital de 7.27%, de manera que desde esta perspectiva el proyecto es factible que se desarrolle, dado que nos muestra la rentabilidad relativa anual bruta del proyecto de inversión, sobre el capital que permanece invertido a principios de cada año.

d. RELACIÓN BENEFICIO COSTO (B/C)

Esta relación indica la rentabilidad del proyecto en términos de cobertura existente entre los ingresos y los egresos. Es decir muestra la cantidad de dinero actualizado que recibirá el CDT de Tecoluca por cada unidad monetaria invertida. Esta se obtiene dividiendo el valor presente de los flujos futuros de efectivo entre la Inversión inicial, teniéndose la siguiente fórmula:

$$B/C = \frac{\sum_{n=1}^N \frac{C_n}{(1+r)^n}}{I}$$

Criterio de aceptación:

- Si la Relación B/C > 1 Se Acepta el Proyecto
- Si la Relación B/C < 1 Se Rechaza el Proyecto
- Si la Relación B/C = 1 El Proyecto es indiferente de llevarse a cabo

Calculando este valor para el proyecto:

$$B/C = \frac{\frac{143,331}{(1+0.0727)^1} + \frac{150,172}{(1+0.0727)^2} + \frac{154,226}{(1+0.0727)^3} + \frac{158,832}{(1+0.0727)^4} + \frac{164,783}{(1+0.0727)^5}}{176,356}$$

$$\frac{B}{C} = 3.54$$

Este valor indica que el proyecto debe ser aceptado, puesto que por cada dólar invertido en el proyecto los inversionistas obtienen \$2.54 de ganancia de la inversión total, de manera que este índice expresa la rentabilidad relativa de la propuesta.

RESULTADO DE LA EVALUACIÓN ECONÓMICA.

A continuación se muestra un cuadro resumen con los resultados de los índices económicos de rentabilidad del proyecto, a partir de la evaluación económica efectuada:

EVALUACIÓN ECONOMICA	
VAN	\$448,686.4
TIR	80%
B/C	\$3.54

En conclusión ante un panorama favorable en el comportamiento de estos índices, refleja que el proyecto es viable económicamente de desarrollar, de manera que se Recomienda su implantación dado que:

- El VAN genera beneficios netos de \$448,686.4, con lo que se recupera la inversión.
- La TIR de 80% supera la tasa de costo de capital, lo que indica que el rendimiento del proyecto es mayor a lo que los inversionistas exigen para desarrollarlo.
- La Relación B/C muestra un desempeño económico aceptable de cada dólar invertido en el proyecto.

Respecto al valor que presenta la VAN y por ende el B/C, se recomienda seguir con la estrategia apostarle al desarrollo del mercado, a manera de aumentar los flujos de efectivo a recibir en el futuro por las ventas, así como también a la obtención economía de escala que permitirá a la empresa ir reduciendo considerablemente sus costos fijos y a su vez aumentando sus utilidades, estos elementos repercutirán en un aumento de la VAN, generando un aporte más atractivo a los socios.

ANEXO 5.7 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

La Evaluación Financiera nos muestra el desempeño financiero de la Asociación y es de especial interés para las fuentes de financiamiento, esta evaluación toma en consideración la manera como se obtienen y se pagan los recursos financieros necesarios para su funcionamiento, sin considerar el modo como se distribuyen las utilidades que genera.

a. Tiempo de recuperación de la inversión (TRI)

Representa el tiempo en el cual la suma de los ingresos netos cubre el monto de la inversión del proyecto. Este análisis se determinará a partir de la fórmula siguiente:

$$TRI = \frac{\text{Inversion Inicial}}{\text{Utilidad Promedio}}$$

Por lo tanto, la utilidad promedio se determina actualizando los ingresos y egresos en el periodo de análisis y dividiéndolos entre los 5 años de análisis (se suman las utilidades para cada año divididas entre cinco (número de años proyectados), como se muestra a continuación:

UTILIDAD PROMEDIO

$$= \frac{(\$134,212.25 + \$141,424.89 + \$145,873.82 + \$150,899.89 + \$162,271.17)}{5}$$

UTILIDAD PROMEDIO ANUAL = \$146,936.41

$$TRI = \frac{\$ 176,356}{\$146,936.41}$$

TRI = 1.2 años

b. Ratios financieros

Existen una gran variedad de razones financieras que miden el rendimiento y comportamiento de las inversiones sin tomar en cuenta el valor del dinero en el tiempo y tomando como insumos los datos de los Estados Financieros Pro forma. Las razones Financieras que se evaluaron para la presente propuesta se compararon únicamente con la evolución que cada una experimenta en el transcurso de los primeros 5 años de operación, debido a que en nuestro país no existe una clasificación de ratios financieros para la modalidad de Turismo Rural Comunitario.

A continuación se presenta el resultado de la evaluación de las distintas razones financieras con las que se diagnosticó al CDT, en los primeros 5 años de operación.

CUADRO DE RATIOS FINANCIEROS					
RAZÓN	AÑOS				
	1	2	3	4	5
LIQUIDEZ					
Razón Circulante	3.36	5.22	7.08	8.86	10.39
Capital de Trabajo Neto	\$135,790.84	\$255,831.70	\$379,926.58	\$508,627.93	\$653,229.74
ROTACIÓN					
Activo Total	3.09	1.56	1.16	0.93	0.80
ENDEUDAMIENTO					
Apalancamiento	114%	61%	40%	30%	23%
Cobertura para Gastos Fijos	8.74	9.13	9.40	9.70	10.33
Endeudamiento	53%	38%	29%	23%	19%
RENTABILIDAD					
Margen Neto de Utilidad	53%	54%	54%	55%	55%
Rendimiento sobre el patrimonio	79%	45%	32%	25%	21%
Rendimiento sobre la Inversión	37%	28%	23%	19%	17%
Utilidad por Ventas	35%	36%	36%	36%	37%

ANÁLISIS DE LAS RAZONES FINANCIERAS

a. INDICES DE LIQUIDEZ. *Capacidad de pago que tiene el CDT para hacer frente a sus deudas de corto plazo. Es decir, el dinero en efectivo de que dispone, para cancelar las deudas.*

i. Razón Circulante:

El hecho que todos los valores obtenidos del cálculo de esta razón sean positivos es porque por cada UM (Unidad Monetaria) de deuda, el CDT cuenta con una cantidad de veces de activo para pagarla. Cuanto mayor sea el valor de esta razón, mayor será la capacidad para pagar sus deudas.

ii. Ratio Capital de Trabajo

Los resultados obtenidos representan la capacidad económica (cantidad en efectivo) con que el Comité cuenta en cada año, para responder a sus obligaciones a corto plazo con terceros. Se observa el crecimiento de la capacidad económica del CDT a lo largo de los años.

b. INDICES DE ROTACION. *Miden la efectividad y eficiencia de la gestión del CDT, en la administración del capital de trabajo, expresan los efectos de decisiones y políticas seguidas por el comité, con respecto a la utilización de sus fondos.*

i. Activo Total

Los resultados obtenidos muestran qué tan productivos son los activos para generar ventas, es decir, cuánto se está generando de ventas por cada Unidad Monetaria invertida. El dato obtenido para el primer año muestra que el CDT está colocando entre sus clientes 3.09 veces el valor de la inversión efectuada.

c. INDICES DE ENDEUDAMIENTO. *Muestran la cantidad de recursos que son obtenidos de terceros para el CDT. Expresan el respaldo que esta posee frente a sus deudas totales. Dan una idea de la autonomía financiera del mismo.*

i. Apalancamiento

Los resultados obtenidos muestran el porcentaje anual aportado por los acreedores, por cada Unidad Monetaria aportada por los socios del CDT de Tecoluca.

ii. Cobertura de Gastos Fijos

Los resultados obtenidos muestran que el CDT tiene capacidad suficiente para asumir su carga de costos Fijos.

iii. Endeudamiento

Los resultados obtenidos muestran la disminución del porcentaje anual de fondos financiados por los acreedores (BANDESAL).

d. INDICES DE RENTABILIDAD. *Miden la capacidad de generación de utilidad por parte del CDT de Tecoluca. Expresan el rendimiento del Comité en relación con sus ventas, activos o capital*

i. Margen Neto de Utilidad

Los resultados obtenidos muestran el porcentaje de utilidad anual que la planta obtuvo por cada Unidad Monetaria (\$) que vendió. Este ratio permite evaluar si el esfuerzo hecho en la operación durante el período de análisis, está produciendo una adecuada retribución para los socios.

ii. Rendimiento sobre el Patrimonio

Los resultados obtenidos muestran el porcentaje anual de rendimiento que se genera sobre el patrimonio por cada Unidad Monetaria (\$) que los socios mantengan en el modelo. Es decir, mide la capacidad del CDT para generar utilidad a favor de los socios.

iii. Rendimiento sobre la Inversión

Los resultados obtenidos muestran el porcentaje de rendimiento sobre la inversión obtenido por cada Unidad Monetaria (\$) invertida en los activos. Indicadores altos expresan un mayor rendimiento en las ventas y mayor rendimiento del dinero invertido.

iv. Utilidad por Ventas

Los resultados obtenidos muestran el porcentaje de utilidad anual obtenida por cada unidad monetaria vendida. Como puede observarse el porcentaje se mantiene año con año lo que demuestra rentabilidad para el CDT.

C. Análisis de Sensibilidad

1) Escenario No.1: Disminución en el 50% de afluencia turística.

En este escenario se simula la disminución del porcentaje de afluencia turística esta puede presentarse por diversos factores como por ejemplo: los altos índices de inseguridad, por la aparición y diversificación de competencia directa en la zona entre otros, con el fin de conocer cuál es el porcentaje mínimo con el cual el proyecto aun sería rentable.

Este análisis se presenta a continuación:

Inversión Inicial	FEN año1	FEN año 2	FEN año 3	FEN año 4	FEN año5	VAN
(\$176,356)	\$54,379	\$57,743	\$59,711	\$61,951	\$62,372	\$63,596

TIR= 20%

B/C= 1.36

Explicación: Al considerar una reducción del 50% en la afluencia turística los valores económicos calculados en la evaluación son levemente desfavorables para el proyecto, manteniendo aún un buen grado de rentabilidad, mediante la aplicación de las estrategias pertinentes se espera que esto se minimice o se suprima y que afecte en menor grado al Plan de Desarrollo Turístico.

Estrategias

Para este escenario se recomiendan una serie de acciones que se deben tomar para evitar que se afecte la viabilidad del proyecto, y que las iniciativas no reciban el flujo proyectado:

- Reforzar la alianza con la POLITUR, para tener acompañamiento de agentes en los recorridos, de los circuitos turísticos del proyecto.
- Creas campañas de concientización de los pobladores de las comunidades cercanas para fomentar el buen trato a los visitantes y la importancia de mantener limpia la zona.
- Solicitar al Ministerio de Turismo se incluya al Municipio y sus circuitos turísticos dentro de la oferta nacional, en su página web.
- Hacer alianzas con tour operadores a nivel nacional, para publicitar al Municipio como destino turístico a nivel nacional.

2) Escenario No. 2: Periodo sin afluencia turística (Inactividad durante 2 meses por desastres)

En este escenario se simula un periodo que debido a fenómenos naturales, los cuales imposibilitan el acceso a las iniciativas turísticas y/o hacen que los turistas no visiten la zona para evitar incidentes, se estudia el comportamiento del proyecto al no tener visitas por un periodo de dos meses al año.

Inversión Inicial	FEN año1	FEN año 2	FEN año 3	FEN año 4	FEN año5	VAN
(\$176,356)	\$107,750	\$113,200	\$116,420	\$120,080	\$123,819	\$294,650

TIR= 57%

B/C= 2.67

Explicación: A pesar de la reducción de la afluencia turística en el mes de Septiembre y Octubre los valores económicos calculados en la evaluación siguen siendo favorables para el proyecto, mediante la aplicación de las estrategias pertinentes se espera que esto se minimice o se suprima y que afecte en menor grado.

Estrategias

Para este escenario se recomiendan una serie de acciones que se deben tomar para evitar un impacto negativo en el Plan de Desarrollo Turístico:

1. Elaborar un Plan de Contingencia para La Asociación de Turismo, dándolo a conocer a la comunidad, para que en caso de ayuda se avoquen a la asociación y con la aprobación de los miembros de la asamblea general se pueda apoyar a los más perjudicados del fenómeno natural.

3) *Escenario No. 3: Aumento del 10% en los costos de Prestación del Servicio Turístico*

En este escenario se simula el aumento de los costos de prestación del servicio, que cobran las iniciativas turísticas, este aumento se puede dar debido a la inflación o la necesidad de cada iniciativa de disponer de más ingresos para la prestación de su servicio turístico.

Inversión Inicial	FEN año1	FEN año 2	FEN año 3	FEN año 4	FEN año5	VAN
(\$176,356)	\$119,195	\$125,242	\$128,820	\$132,882	\$137,565	\$345,178

TIR= 65%

B/C= 2.96

Explicación: A pesar del aumento en los costos de la prestación del servicio los valores económicos calculados en la evaluación siguen siendo favorables para el proyecto, mediante la aplicación de las estrategias pertinentes se espera que esto se minimice y que afecte en menor grado al Plan de Desarrollo Turístico.

Estrategias

Para este escenario se recomiendan una serie de acciones que se deben tomar para evitar un impacto negativo en el Plan de Desarrollo Turístico:

1. Fomentar que las iniciativas hagan las compras en conjunto para obtener menores precios al comprar mayores cantidades, y así poder bajar sus costos y ofrecer precios competitivos en el rubro.
2. Formar al personal de las iniciativas en las áreas de costeo, para verificar que se están vendiendo los productos turísticos al precio que corresponde y que permita una mayor competitividad.

ANEXO 5.8: EVALUACIÓN DE LAS CONTRIBUCIONES EN EL ÁMBITO LOCAL

a. Aspectos económicos

1) Aprovechamiento y promoción de los recursos

El Municipio es rico en recursos naturales y por ello existen diversas actividades que se pueden llevar a cabo. Con la realización del proyecto, se ampliarán los servicios turísticos que ofrecerá el municipio, a partir de la diversidad de atractivos específicos, que enfatizan la experiencia en Turismo Rural comunitario. Pudiéndose mencionar.

TABLA. Aprovechamiento y promoción de los recursos

INICIATIVA	ACTIVIDADES A REALIZAR
Parque Eco-turístico Tehuacán	Avistamiento de aves Visita a actividades agrícolas Senderismo Actividades de turismo de aventura: Canopy, escalar muro y bicimontaña. Campyng Pesca deportiva. Eventos culturales, recreativos y empresariales
Polígono Solidaridad	Visita a actividades agroindustriales y experimentación. Adquisición de productos, artesanías e información turísticas Eventos culturales, recreativos y empresariales
Planta de Marañón	Visita a actividades agroindustriales y experimentación. Adquisición de productos, artesanías e información turísticas
Isla de Montecristo	Pesca deportiva. Kayak Caminatas Camping en playa. Avistamiento de aves
Sitio turístico la Pita	Pesca deportiva. Kayak Avistamiento de aves. Visita a Planta de Mariscos
Isla Tasajera	Pesca deportiva. Camping en playa. Avistamiento de aves. Visitas a vivero de cultivo de conchas Visitas Guidas a viveros y liberación de tortugas

2) Aumento del Turismo

Con el fortalecimiento Turismo Rural Comunitario, la implementación de los programas de mejoras de infraestructura y servicios turísticos y la promoción de los paquetes y rutas turísticas diseñadas, se aumentará el ingreso de turistas al Municipio de 9,220 a 18,375 en una proporción del 49.8%:

Iniciativa	FLUJO ACTUAL (oferta dispersa) (personas/Año)	FLUJO PROYECTADO (oferta consolidada) (personas/Año)
Parque Tehuacán	4,100	4,594
Hostal Lempa Mar (Pita)	1,660	6,431
Polígono Solidaridad y Plantas Agroindustriales	0	
Hostal Isla de Montecristo	2,030	7,350
Zona Turística de Tasajera (tortugas)	1,430	
TOTAL	9,220	18,375

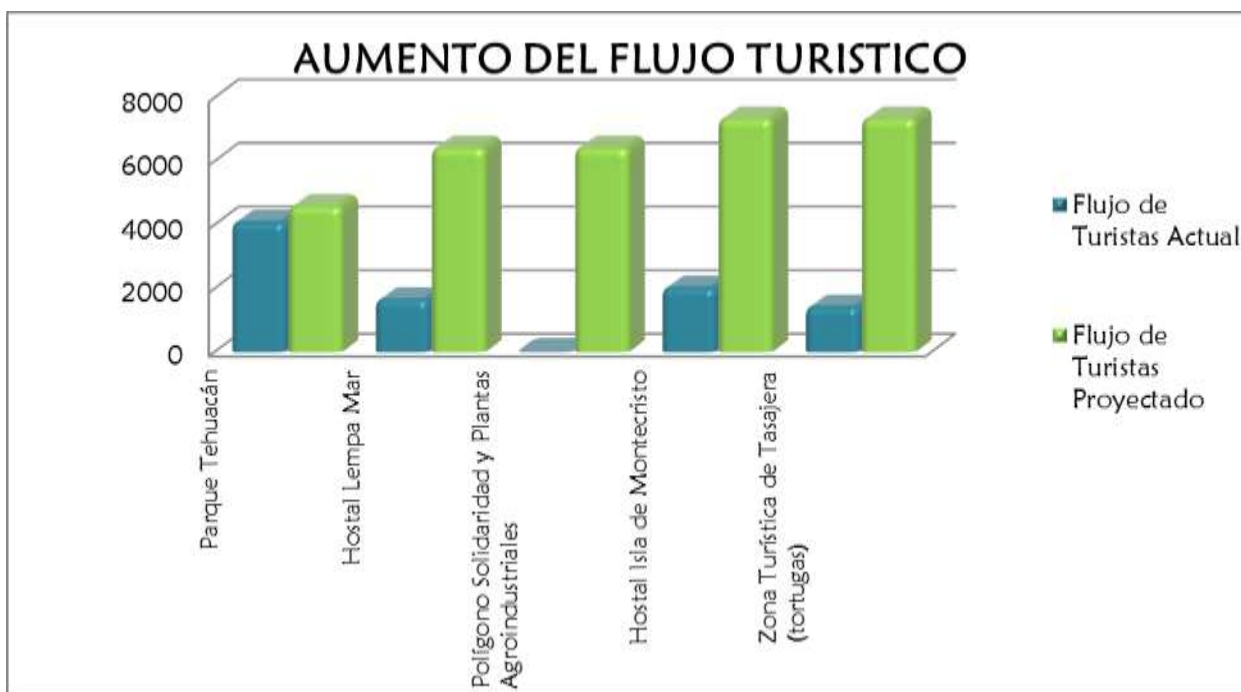


FIGURA. Gráfica del aumento del flujo turístico

3) *Generación empleos directos e indirectos*

Poner en marcha el proyecto es crear una nueva fuente de ingresos en el Municipio pues se necesita contratar personal que se encargue de realizar las actividades turísticas.

La actividad turística demanda principalmente el segmento de mujeres y jóvenes, en un primer momento, estos no requieren de mucha formación especializada, pues los conocimientos los adquirirán por medio de las capacitaciones que se les brindarán y por ello, cualquier persona tiene la oportunidad de poder obtener el trabajo y poder desarrollarse en él.

Empleos Directos

Se establece que el plan de desarrollo propuesto está generando, entre la Asociación y las Iniciativas Turísticas, un total de treinta y nueve empleos directos.

TABLA. Empleos directos generados

LUGAR	EMPLEOS DIRECTOS	CANTIDAD	TOTAL DE EMPLEOS
Comité de Desarrollo Turístico de Tecoluca	5	1 Asociación	5
Iniciativas hospedaje/restaurante	5	5 Iniciativas	25
Otras iniciativas	3	3 Iniciativas	9

Si consideramos que por cada empleo directo generado, se beneficia a una familia conformada por cuatro personas, tenemos que los beneficiarios por la puesta en marcha de este proyecto asciende a ciento cincuenta y seis personas.



FIGURA. Gráfica de beneficiarios directos

Empleos Indirectos

El ministerio de turismo plantea que por cada empleo directo que genera el sector de turismo se generan tres empleos indirectos. Esto significa que si al año la Asociación genera 5 empleos directos, se estarán generando a su vez quince empleos indirectos, entre los cuales podrían estar los comerciantes de diferentes productos con los que se abastecen de insumos, las personas del transporte público de la zona, etc. Y si por medio de las iniciativas turísticas con servicio de Hospedaje /Restaurante y otras iniciativas se generan cincuenta y seis empleos directos, entonces se generarán ciento sesenta y ocho empleos indirectos, entre los que podrían estar empleados de limpieza, lancheros, agricultores, etc.

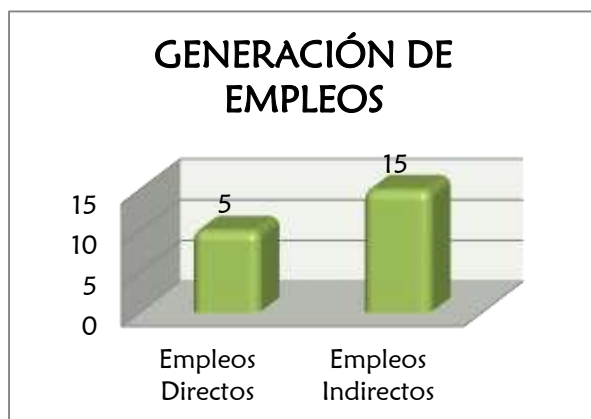
Se establece que el plan de desarrollo propuesto está generando, entre la Asociación y las Iniciativas Turísticas, un total de ciento dos empleos.

TABLA 13. Empleos indirectos generados

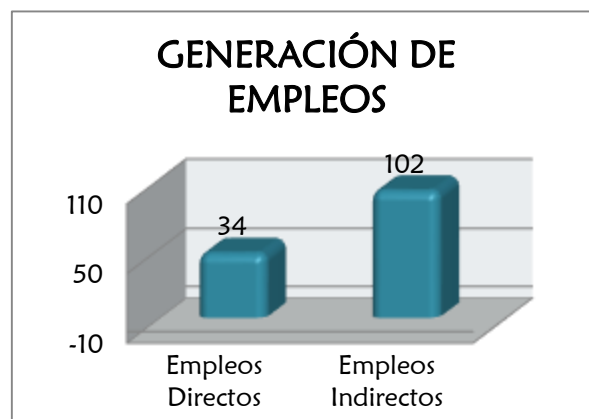
LUGAR	EMPLEOS INDIRECTOS	CANTIDAD	TOTAL DE EMPLEOS
Comité de Desarrollo Turístico de Tecoluca	15	1 Asociación	15
Iniciativas hospedaje/restaurante	15	5 Iniciativas	75
Otras iniciativas	9	3 Iniciativas	27

Si consideramos que por cada empleo indirecto generado, se beneficia a una familia conformada por cuatro personas, tenemos que los beneficiarios por la puesta en marcha de este proyecto asciende a setecientos noventa y dos personas.

Comité de Desarrollo Turístico



Iniciativas Turísticas



Es importante resaltar que con el progreso del proyecto la cantidad de empleos a generarse, tanto directos como indirectos, irán aumentando año con año lo que se traduce en una oportunidad de crecimiento económico de la zona.

b. Aspectos sociales

1) Educación

El proyecto generará educación al capacitar al personal en la preparación de alimentos, atención al cliente. Indirectamente se favorece a este aspecto al contribuir en la generación de ingresos a los empleados los cuales pueden acceder a educación para sí o para los miembros de su familia.

2) Salud

Se espera mejorar las condiciones de salud de las personas habitantes de la zona ya que la visita de los turistas motivará a mantener limpio y libre de basura los caminos, además debido a la afluencia cada vez mayor de clientes a las distintas iniciativas, las alcaldías ofrecerán el servicio de recolección de basura hasta el lugar y los pobladores podrán también hacer uso de este servicio.

Otra forma de contribuir a la salud es incorporando a los trabajadores de la Asociación e iniciativas al ISSS esto significa que tendrán un mejor acceso a consultas y mejorar sus condiciones de salud.

3) Seguridad

Mediante la coordinación con la PNC y la división especializada POLITUR, se tratará de promover acciones que abonen a mejorar los índices de delincuencia del municipio de Tecoluca, asimismo mediante el desarrollo del Proyecto se buscará en los próximos años abrir e incorporar nuevas fuentes de empleo para los jóvenes, a manera de propiciar alternativas económicas que los alejen

de la violencia como medio de subsistencia, a su vez se trataran de efectuar actividades que propicien una cultura de paz entre los miembros de las comunidades cercanas a las iniciativas.

C. Aspectos Culturales

1) *Conservación de Patrimonios Culturales y Naturales*

El enfoque del turismo rural comunitario, considera entre sus principales pilares para su desarrollo, el respeto por los patrimonios que se poseen, tanto culturales como naturales. El mejoramiento de las Iniciativas Turísticas es parte de ésta línea de trabajo, la cual considera en la presente propuesta como parte importante y primordial el respeto a la naturaleza y los recursos existentes en la zona, promoviendo al mismo tiempo el patrimonio cultural.

Se buscara por medio de la municipalidad en coordinación con las ONG's y organizaciones sociales, enfatizar en el rescate y promoción del patrimonio histórico y cultural del Municipio: Memoria del Municipio sobre los temas de asentamiento y danzas tradicionales, Festival del Maíz y del Marañón, etc, a manera de potenciar un símbolo del Municipio.

d. Equidad de Genero

La equidad de género se abordara a través de la participación de la mujer en diferentes actividades sin discriminación, ya que todos los trabajos que se realizaran en el sector en la zona podrán ser desempeñados tanto por hombres como por mujeres, dependiendo todos de sus capacidades en cada uno de ellos. Así como dándole la oportunidad de expresión a todos por igual.

1) *Inserción de las mujeres en la organización de la empresa*

Con el proyecto se van a crear fuentes de empleo no solo para hombres sino también para mujeres, esto con el fin de establecer una equidad de género dentro de la asociación, la estrategia para el proyecto se centra en un proceso de inserción orientado a propiciar la participación de las mujeres y desarrolla sus habilidades, poniendo énfasis en el desarrollo y potenciando la capacidad humana. La principal vía para implementar esta estrategia es la creación de políticas que conlleven a la participación del sexo femenino dentro del ciclo productivo del proyecto, políticas tanto de contratación, ascensos y capacitación.

2) *Condiciones equitativas a desarrollar*

- Aumentar las oportunidades formativas a las mujeres de la zona y a las mujeres que trabajaran directamente en el proyecto turístico.
- Mejorar las condiciones de empleo de las mujeres, dándole las oportunidades de incorporarse en estas labores.

- Que todas las personas participantes en el proyecto turístico y las mismas personas que se encuentran involucradas indirectamente en este pueden tener oportunidad de dar sus opiniones y sugerencias en relación a la forma de desempeñar el trabajo turístico.
- Involucrando a todos sin discriminación por capacidades o aportaciones, si no brindándoles a estos el apoyo necesario para ser capaces y puedan tener una oportunidad de progresar formativa como económicamente.
- Creando buzones de sugerencias y quejas para poder tener un acercamiento con las inconformidades existentes de parte de todos sin discriminación alguna.
- Trato igual para todos, lo cual debe ser fomentado sin discriminación por desempeño jerárquico en el proyecto.

3) Beneficios del enfoque de género

Al contar con una equidad entre géneros la asociación puede optar por muchos beneficios que pueden ser de mucha ayuda para la asociación entre estos beneficios se encuentran:

- Financiamiento de entidades que apoyen la participación de las mujeres aspectos laborales, entre otras.
- Generar fuentes de empleo a mujeres.
- Elevar la autoestima de las mujeres asociadas.
- Crear un ambiente de compañerismo, respeto y sin discriminaciones entre todos los miembros de la asociación.

e. Aspecto Ambiental

1) Descomposición del proyecto en componentes que afectan el Medio Ambiente

Etapa de construcción.

- Remodelación y reparación de obra civil existente: Asociación e iniciativas
- Construcción de Canopy y Muro de escalada en iniciativa.
- Almacenamiento de materiales y equipos necesario para la construcción.
- Colocación de letreros y toda la señalización necesaria en la zona.
- Remoción de cobertura vegetal que sea necesaria hacer.

Etapa de operación

- Visitas guiadas.
- Actividades aventura: canopy, muro de escalada
- Servicios de alimentación.
- Servicios de alojamiento y campamentos.
- Actividades turísticas.
- Actividades agras turísticas.

2) Identificación de impactos

Luego de identificar las principales actividades que podrían ocasionar deterioro al medio ambiente se realizó la identificación de impactos que estas causarían, los cuales se muestran en el cuadro que se muestra a continuación.

TABLA 14. Efectos e impactos ambientales de las actividades

ACCIÓN	EFFECTOS	IMPACTOS
CONSTRUCCIÓN		
Remodelación y reparación en obra civil: cabañas, restaurante y otros.	Incremento de residuos, ruidos y molestias de tráfico de materiales en la zona.	Contaminación por partículas de materiales propios de construcción y molestias a los habitantes de la zona.
Construcción de Canopy y muro de escalada en iniciativa	Remoción de cobertura vegetal que sea necesaria hacer.	Deforestación de algunas zonas donde se ubicará las estaciones del Canopy.
Almacenamiento de materiales y equipos necesario para la construcción.	Utilización de espacios de la zona para almacenamiento.	Contaminación de suelo y aire.
Colocación de letreros y toda la señalización necesaria en la zona.	Colocación de materiales con efectos en el ambiente natural como la pintura y otros elementos que modifican el área natural.	Deterioro por efectos químicos y contaminación.
OPERACIÓN		
Visitas guiadas	Incremento de personas que visitan la zona	Contaminación con gases. Contaminación con hidrocarburos líquidos y sólidos. Modificación de estatus de la reserva natural.
Actividades aventura: canopy	Incremento de personas en lugares en hábitat naturales	Alteraciones en el hábitat.
Servicios de alimentación	Incremento de desperdicios sólidos y gases	Contaminación.
Servicios de alojamiento y campamentos	Incremento de personas en lugares en hábitat naturales y contaminación	Ruidos Uso de agua potable. Alteraciones del hábitat natural.
Actividades turísticas	Incremento de tránsito de personas en la zona	Contaminación, ruido. Y alteración de la hábitat(Deterioro del paisaje)
Actividades de agroturismo	Incremento de tránsito de personas en la zona.	Contaminación y alteración del hábitat de los animales y cultivos.

Dados los impactos identificados en las distintas actividades, la mayoría no pueden causar efectos tan perjudiciales al entorno natural y ser considerados como impactos negativos de gran significado para el medio ambiente.

ANEXO 5.9 PLAN DE IMPLANTACIÓN DE LA PROPUESTA

a. Estrategia

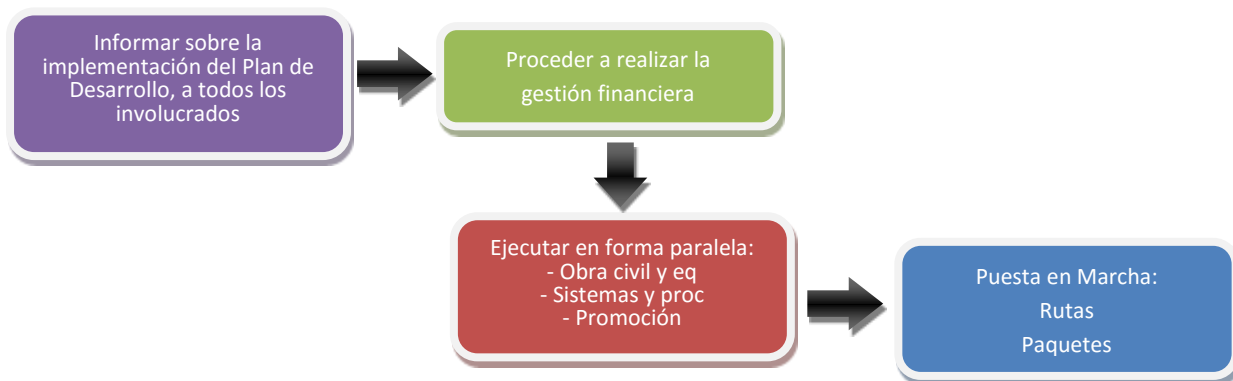


FIGURA Estrategias para la implementación del plan

1. Informar sobre la implementación del Plan de Desarrollo, a todos los involucrados.
2. Proceder a realizar la gestión financiera
3. Una vez se cuente con el monto de la inversión requerido, en forma paralela se debe realizar:
 - La construcción de la obra civil en iniciativas y Asociación.
 - Equipamiento requerido en iniciativas y Asociación.
 - Implementación de sistemas y procedimientos.
 - Actividades de promoción y publicidad del proyecto.

Para la puesta en marcha del proyecto, de forma paralela debe iniciar la ejecución de los cuatro Rutas turísticas, por lo tanto, desde el inicio del funcionamiento del proyecto estarán disponibles para los turistas los seis paquetes turísticos

b. Organización

Debido a las características que presenta el proyecto, se adoptará una estructura organizativa EXCLUSIVA⁴¹ en la cual habrá un encargado cuya responsabilidad será de ejecutar cada uno de los subsistemas para alcanzar los objetivos preestablecidos. Se determina que se contará con dos niveles de jerárquicos de organización, la cual estará vigente hasta que la empresa inicie sus operaciones.

⁴¹ Se desarrolla en un proyecto nuevo, de alta inversión y de tipo corto. Existe un gerente de proyecto quien tiene toda la autoridad, es una organización descentralizada de la unidad dueña del proyecto. Es independiente.

EL NIVEL DIRECTIVO

Está conformado por el Coordinador o Gerente del proyecto, a quien le corresponde la toma de decisiones pues sobre él recae la máxima autoridad durante el desarrollo del proyecto.

```
graph TD; A[GERENTE DEL PROYECTO] --- B[JEFE DE OPERACIONES]; A --- C[JEFE ADMINISTRATIVO];
```

GERENTE DEL PROYECTO

EL NIVEL OPERATIVO

Este nivel lo conforman los encargados tanto de la ejecución del proyecto como de la administración del mismo, es por eso que está integrado por los jefes de ambas unidades.

JEFE DE OPERACIONES

JEFE ADMINISTRATIVO

Gerente del Proyecto

Tiene la obligación de planificar, coordinar, evaluar y dar seguimiento a los paquetes de trabajo predefinidos, y verificar que se cumplan los objetivos establecidos para estos. Asume la responsabilidad de dirigir y evaluar a los jefes del nivel operativo, verificando que todas las actividades se desarrollen de acuerdo a las políticas, estrategias y objetivos definidos para cada uno de los subsistemas.

Jefe Administrativo

Su responsabilidad radica en llevar a cabo todas las funciones del proceso administrativo: planificación, supervisión, coordinación, control de las actividades que están relacionadas con la administración de recursos humanos, financieros, y legales.

Jefe de Operaciones

Tiene como función principal planear, coordinar, ejecutar, dirigir y controlar aquellas actividades relacionadas con aspectos técnicos, es el responsable de supervisar la subcontratación y entrega de la obra civil, las actividades que comprende el equipamiento, la instalación y puesta en marcha.

ANEXO 5.10: DETALLE DE INVERSIÓN FIJA TANGIBLE DE LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO DE TRC EN EL MUNICIPIO DE TECOLUCA

INVERSIÓN FIJA TANGIBLE POR PLAN	ELEMENTOS		REQUERIMIENTOS	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
PLAN DE ORGANIZACIONAL	Adecuamiento de 2 oficinas		Pintura, Reparación de cielo falso y Ventanas	2	\$407.88	\$815.76
	Mobiliario y equipo		Escritorio	3	\$129.00	\$387.00
			silla ejecutiva	3	\$32.90	\$98.70
			Computadora de escritorio	3	\$639.00	\$1,917.00
			Impresora	1	\$119.00	\$119.00
			Laptop	1	\$549.00	\$549.00
			Cañón proyector	1	\$678.00	\$678.00
			Archivero	2	\$159.00	\$318.00
			Pequeña mesa de reuniones	1	\$79.00	\$79.00
			Silla para reunión	8	\$69.90	\$559.20
			Oasis	1	\$245.00	\$245.00
			Librera	1	\$149.00	\$149.00
			Pick up doble cabina	1	\$19,900.00	\$19,900.00
			Cámara fotográfica profesional	1	\$335.00	\$335.00
Aire acondicionado (12000BTU)	1	\$740.00	\$740.00			
PLAN DE DESARROLLO DE PRODUCTOS TURISTICOS	POLIGONO SOLIDARIDAD	Infraestructura	Kiosco para venta de artesanía y productos agroindustriales y de información turística	1	\$685.00	\$685.00
			Rotulo principal de Iniciativa	1	\$155.00	\$155.00
			Señalización de senderos	10	\$55.00	\$550.00
			Señalización de servicios (actividades)	6	\$12.00	\$72.00
			Demarcación de zonas de recorrido (pintura y cinta) 60m ²	1	\$230.00	\$230.00

	PARQUE TEHUACAN	Equipamiento	Binocular	10	\$100.00	\$1,000.00
			Mostrador	2	\$200.00	\$400.00
			Escritorio	1	\$129.00	\$129.00
			Silla secretarial	1	\$32.90	\$32.90
			Computadora de escritorio	1	\$639.00	\$639.00
			Mesa de madera	4	\$70.00	\$280.00
			Silla de madera	20	\$20.00	\$400.00
			Estante	2	\$99.00	\$198.00
			Juego de depósitos para separación de desechos	2	\$53.70	\$107.40
	PARQUE TEHUACAN	Infraestructura	Mejora de cabaña (reparación y pintura)	5	\$750.00	\$3,750.00
			Adecuamiento de local para comercialización de servicios turísticos (mejora de paredes y pintado)	1	\$407.88	\$407.88
			Rotulo principal de Iniciativa	1	\$155.00	\$155.00
			Señalización de senderos	20	\$55.00	\$1,100.00
			Señalización de servicios (actividades)	10	\$12.00	\$120.00
			Instalación de muro de escalar (40 m ²)	1	\$5,058.17	\$5,058.17
			Instalación de Canopy (200 m)	1	\$15,174.51	\$15,174.51
	PARQUE TEHUACAN	Equipamiento	Binoculares	15	\$100.00	\$1,500.00
			Bicicletas de montaña	20	\$160.00	\$3,200.00
			Tiendas de campaña grandes (6 personas)	15	\$269.00	\$4,035.00
			Cañas de pescar 7"	15	\$16.94	\$254.10
Juego de depósitos para separación de desechos			8	\$53.70	\$429.60	
Juegos de accesorios de seguridad para Canopy y muro			20	\$240.19	\$4,803.80	
PLANTA DE MARIAMÓN	Infraestructura	Rotulo principal de iniciativa	1	\$155.00	\$155.00	

	Equipamiento			Kiosco para venta productos agroindustriales	1	\$685.00	\$685.00		
				Mostrador	1	\$200.00	\$200.00		
				Escritorio	1	\$129.00	\$129.00		
				Silla secretarial	1	\$32.90	\$32.90		
				Mesa de madera	4	\$70.00	\$280.00		
				Silla de madera	20	\$20.00	\$400.00		
				Estante	1	\$99.00	\$99.00		
				Juego de depósitos para separación de desechos	2	\$53.70	\$107.40		
	ISLA DE MONTECRISTO	Infraestructura	CABAÑAS	Remodelación de cabaña (pintura, reparación de techo y paredes)		5	\$407.88	\$2,039.40	
				Mejora de área de restaurante (piso, techo y paredes)		1	\$407.88	\$407.88	
				Rotulo principal de iniciativa		1	\$155.00	\$155.00	
				Señalización de servicios (actividades)		5	\$12.00	\$60.00	
			MARAÑO NERA	Señalización de senderos		10	\$55.00	\$550.00	
				PLAYA Y MANGLAR ES:	Señalización de servicios (actividades)		30	\$12.00	\$360.00
					Reparación de muelle		1	\$407.88	\$407.88
		Equipamiento			Mesa de madera		10	\$70.00	\$700.00
					Silla de madera		40	\$20.00	\$800.00
					Caña de pescar		20	\$16.94	\$338.80
					Binoculares		20	\$100.00	\$2,000.00
					Kayak		10	\$400.00	\$4,000.00
			Chalecos salvavidas			\$75.00	\$0.00		

				Monturas	10	\$130.00	\$1,300.00
				Tienda de campaña	6	\$269.00	\$1,614.00
				Juego de depósitos para separación de desechos	4	\$53.70	\$214.80
		LA PITA	Infraestructura	HOSTAL LEMPA MAR	Construcción de baño para huéspedes	2	\$226.50
	Reparación de cabañas (pintura, techo, paredes)				4	\$407.88	\$1,631.52
	Reparación de muelle				1	\$407.88	\$407.88
	Rotulo principal de Iniciativa				1	\$155.00	\$155.00
	Señalización senderos y servicios			10	\$55.00	\$550.00	
	PLANTA DE MARISCOS			Rotulo principal de iniciativa	1	\$155.00	\$155.00
			Señalización de recorrido	10	\$55.00	\$550.00	
	Equipamiento		Demarcación de zonas de recorrido (pintura o cinta) 40m ²	1	\$170.00	\$170.00	
			Chalecos salvavidas	20	\$75.00	\$1,500.00	
			Binoculares	10	\$100.00	\$1,000.00	
			Juego de depósitos para separación de desechos	4	\$53.70	\$214.80	
	ISLA TASAJERA	Infraestructura	ESTRELLITAS DEL MAR	Kiosko para venta de alimentos, mariscos frescos y artesanías	1	\$685.00	\$685.00
				Rotulo principal de Iniciativa	1	\$155.00	\$155.00
				Señalización de senderos	7	\$55.00	\$385.00
				Señalización de servicios	5	\$12.00	\$60.00
			Adecuamiento de baño	2	\$58.00	\$116.00	
			OBSERVATORIO TORTUGAS	Kiosko para venta de souvenirs	1	\$685.00	\$685.00
Rotulo principal de Iniciativa				1	\$155.00	\$155.00	
señalización de senderos				8	\$55.00	\$440.00	
Señalización de servicios		5		\$12.00	\$60.00		
		Adecuamiento de baño	2	\$58.00	\$116.00		

		Equipamiento	Mesa de madera	10	\$70.00	\$700.00
			Silla de madera	40	\$20.00	\$800.00
			Frezeer	2	\$900.00	\$1,800.00
			Mostrador	4	\$500.00	\$2,000.00
			Tienda de campaña (6 personas)	10	\$269.00	\$2,690.00
			Juego de depósitos para separación de desechos	8	\$53.70	\$429.60
	RUTAS TURISTICAS	Infraestructura	Valla en carretera por ruta	3	\$1,100.00	\$3,300.00
			Rotulo de indicación de ruta en carretera y calles (5 por ruta).	15	\$300.00	\$4,500.00
PLAN DE CAPACITACIÓN		Equipamiento	Cafetera (30 taz)	1	\$38.00	\$38.00
			Juego de tazas (12 tazas)	2	\$8.50	\$17.00
PLAN DE GESTION DE LA CALIDAD		Equipamiento	Buzon de sugerencia (1 c/u))	7	\$10.00	\$70.00
			Cuadro de decálogo de buenas practicas para personal y turistas (4c/u)	28	\$11.00	\$308.00
			Señales de seguridad (5 c/u)	35	\$60.00	\$60.00
			Extintores (2 c/u)	14	\$28.00	\$392.00
			Botiquín (1 c/u)	7	\$40.00	\$280.00
TOTAL						\$115,820.88

ANEXO 5.11: PRONOSTICO VENTA DE PAQUETES

A continuación se muestran dichas proyecciones estas se efectuaron tomando en cuenta que el estudio de mercado arrojó que el 44% de los encuestados dicen hacer turismo con su grupo de amigos, el 42% hace turismo con su familia y el 14% restante realiza turismo solo o acompañado de su pareja, a la misma vez se debe de considerar que el 59.5% del total de encuestados afirma hacer turismo de al menos 1 día (con alojamiento) y el 40.5% restante lo realiza en menos de 1 día (sin alojamiento)

Número de paquetes a vender

	Numero de Paquetes				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Amigos/ Familiar	3,951	4,105	4,199	4,304	4,549
Individual	2,573	2,673	2,734	2,803	2,962

Distribución por tipo de paquetes

AÑO 1	Numero de Paquetes					
	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4	PAQUETE 5	PAQUETE 6
Amigos/ Familiar	320	705	560	823	720	823
Individual	208	459	365	536	469	536

AÑO 2	Numero de Paquetes					
	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4	PAQUETE 5	PAQUETE 6
Amigos/ Familiar	332	733	582	855	748	855
Individual	216	477	379	557	487	557

AÑO 3	Numero de Paquetes					
	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4	PAQUETE 5	PAQUETE 6
Amigos/ Familiar	340	750	595	874	765	874
Individual	221	488	388	569	498	569

AÑO 4	Numero de Paquetes					
	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4	PAQUETE 5	PAQUETE 6
Amigos/ Familiar	349	768	610	896	784	896
Individual	227	500	397	584	511	584

AÑO 5	Numero de Paquetes					
	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4	PAQUETE 5	PAQUETE 6
Amigos/ Familiar	369	812	645	947	829	947
Individual	240	529	420	617	540	617

ANEXO 5.12: ÍNDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR (IPC) BASE DIC. 2009 E INFLACIÓN MENSUAL: 2010-2013

IV.4 Índice de Precios al consumidor (IPC) Base dic. 2009 e Inflación

Índice General

TASA DE CRECIMIENTO ANUAL

AÑOS	INDI	INDI	INDI	INDI	INDI	INDI	INDI	INDI	INDI	INDICE	INDICES	INDICE	PROME
	CES	CES	CES	CES	CES	CES	CES	CES	S	S		DIO	
	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	ANUAL
2009													
2010	0.8	1	0.9	0.6	0.1	0.6	1	1	1.4	2.8	1.8	2.1	1.18
2011	2.3	2.4	2.7	6	6.7	6.3	6.5	6.8	6.2	5.4	5.1	5.1	5.13
2012	4.7	4.9	4.4	2	1.2	0.6	0	0.1	0.8	0.9	0.7	0.8	1.76
2013	0.9	1	1.3	0	0.1	0.9	1.1	1	0.8	0.5	0.8	0.8	0.77
2014	0.8											Prom (2010-2013)	2.21