

UNIVERSIDAD DR. JOSE MATÍAS DELGADO  
FACULTAD DE ECONOMIA SANTIAGO I. BARBERENA



TESIS DE GRADUACION PARA OPTAR AL TITULO DE  
LICENCIATURA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TEMA: "PLAN ESTRATEGICO PARA EL DESARROLLO DEL  
ECOTURISMO EN EL MUNICIPIO DE CONCEPCION BATRES,  
DEPARTAMENTO DE USulután"

PRESENTADO POR:  
ANA MARCELA CABALLERO LEON  
SANTIAGO ALFREDO ORELLANA URRUTIA  
CARLOS FERNANDO ROCHAC MELENDEZ

SAN SALVADOR, 2 DE SEPTIEMBRE DE 2006

## INDICE

CONTENIDO	PAGINA
<b>INTRODUCCION</b>	
<b>CAPITULO I. ANTECEDENTES Y SITUACION ACTUAL</b>	
<b>1.1. GENERALIDADES DEL TURISMO EN EL SALVADOR.....</b>	<b>1</b>
1.1.1. Definición de Turismo.....	1
1.1.2. Tipos de Turismo .....	2
1.1.3. Antecedentes históricos del Turismo en El Salvador .....	4
1.1.4. Situación actual del Turismo en El Salvador.....	14
<b>1.2. TURISMO ECOLÓGICO .....</b>	<b>18</b>
1.2.1. Definición y Generalidades del Ecoturismo.....	18
1.2.2. Objetivos del Ecoturismo.....	22
1.2.3. Situación del ecoturismo en El Salvador.....	23
1.2.4. Limitantes del Ecoturismo .....	24
<b>1.3. RESEÑA HISTÓRICA DEL MUNICIPIO DE CONCEPCIÓN BATRES .....</b>	<b>25</b>
1.3.1 Origen del nombre de la ciudad .....	25
1.3.2. Fundación y origen del pueblo .....	25
1.3.3. Datos generales del Municipio de Concepción Batres .....	26
1.3.4. Extensión territorial .....	27
1.3.5. Estructura económica de las familias .....	27
1.3.6. Producción agrícola del Municipio.....	28
1.3.7. Costumbres y Tradiciones.....	28
1.3.8. Educación .....	30
<b>CAPITULO II. MARCO TEORICO</b>	
<b>2.1 PLANEACION .....</b>	<b>31</b>
2.1.1. Conceptos .....	31
2.1.2. Importancia .....	31
2.1.3 Tipos de planes.....	32
<b>2.2. ESTRATEGIAS.....</b>	<b>33</b>
2.2.1. Conceptos .....	33
2.2.2. Importancia .....	34

2.2.3 Tipos de Estrategias .....	34
2.2.4. Características de las Estrategias.....	37
2.2.5. Herramienta de evaluación de Estrategias.....	41
<b>2.3 PLANEACION ESTRATEGICA .....</b>	<b>43</b>
2.3.1. Conceptos .....	43
2.3.2. Proceso de la Planeación Estratégica.....	45
2.3.3. Características de la Planeación Estratégica.....	48
2.3.4. Importancia de la Planeación Estratégica .....	50
2.3.5. Ventajas y limitantes de la Planeación Estratégica .....	50

### **CAPITULO III. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION**

<b>3.1 OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACION .....</b>	<b>52</b>
<b>3.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS DE LA INVESTIGACION .....</b>	<b>52</b>
3.2.1. Objetivo para Habitantes del Municipio de Concepción Batres..	52
3.2.2. Objetivo para Turistas Potenciales.....	53
3.2.3. Objetivos para Autoridades Locales.....	53
<b>3.3. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION .....</b>	<b>54</b>
3.3.1. Hipótesis General.....	54
3.3.2 Hipótesis Específicas .....	54
<b>3.4 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION .....</b>	<b>55</b>
3.4.1. Tipo de Estudio .....	55
3.4.2. Recolección de datos .....	55
3.4.3. Tratamiento de los datos .....	56
<b>3.5. TIPOS DE INFORMACION .....</b>	<b>56</b>
3.5.1. Datos primarios .....	56
3.5.2. Datos secundarios .....	57
3.5.3. Fuentes primarias .....	57
3.5.4. Fuentes secundarias .....	57
<b>3.6. POBLACION A INVESTIGAR.....</b>	<b>58</b>
<b>3.7. TAMAÑO DE LA MUESTRA.....</b>	<b>58</b>
<b>3.8 DELIMITACION DE LA MUESTRA.....</b>	<b>60</b>
3.8.1. Cálculo de la muestra.....	60
<b>3.9 LIMITANTES DE LA INVESTIGACION.....</b>	<b>63</b>

<b>3.10 ANALISIS DE RESULTADOS DE HABITANTES DE CONCEPCION BATRES.</b>	<b>64</b>
<b>3.11. ANALISIS DE RESULTADOS DE TURISTAS POTENCIALES.....</b>	<b>91</b>
<b>3.12 ANALISIS DEL GUION DE ENTREVISTAS PARA AUTORIDADES LOCALES DEL MUNICIPIO DE CONCEPCION BATRES .....</b>	<b>116</b>

#### **CAPITULO IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

<b>4.1 CONCLUSIONES .....</b>	<b>118</b>
<b>4.2 RECOMENDACIONES .....</b>	<b>122</b>

#### **CAPITULO V.**

<b>PLAN ESTRATEGICO PARA EL DESARROLLO DEL ECOTURISMO EN EL MUNICIPIO DE CONCEPCION BATRES, DEPARTAMENTO DE USULUTAN .....</b>	<b>124</b>
--	------------

#### **GLOSARIO**

#### **BIBLIOGRAFIA**

#### **ANEXOS**

## INTRODUCCION

El turismo cumple un destacado papel en la identidad de un país, teniendo un impacto directo en la herencia cultural y nacional, así como también en su economía. Es por eso que se deben establecer las mejores bases para un aprovechamiento idóneo y racional de los recursos de un país.

En la actualidad se practican distintas formas de turismo. El ecoturismo, también conocido como turismo de naturaleza o turismo ecológico, es una de ellas. Esta nueva forma de turismo se basa en la premisa de centrar sus atractivos en actividades relacionadas con la naturaleza, creando así, una comunicación entre el turista y la naturaleza.

Dada la importancia socioeconómica que representa el ecoturismo se vuelve innegable la necesidad de crear un propicio florecimiento de esta actividad, por lo que se hace necesario establecer una serie de estrategias que permitan lograrlo.

El Salvador cuenta con un territorio idóneo para ofrecer una amplia gama de alternativas para el desarrollo del Ecoturismo, siendo una de ellas, el Municipio de Concepción Batres, el cual se tomo como caso de estudio.

El presente documento consta de 5 capítulos estructurados de la siguiente manera:

En el primer capítulo se describen los antecedentes del sector turismo en El Salvador, y la importancia del mismo en la economía, así como también las generalidades del término Ecoturismo. Se da a conocer la reseña histórica y generalidades sobre el Municipio de Concepción Batres, todo esto con el fin de que el lector se introduzca en el tema.

En el segundo capítulo se plantean los conceptos, tipos e importancia de la planeación, las estrategias y las generalidades de la planeación estratégica.

En el tercer capítulo se presenta la metodología utilizada para la investigación realizada, la cual incluye el planteamiento de los objetivos generales y específicos, los tipos y métodos de recolección de información, la determinación del Universo, el cálculo y la distribución de la muestra. Dicho capítulo es finalizado con la respectiva tabulación, análisis de resultados obtenidos a través de las encuestas, así como también de las limitantes que se tuvieron en la presente investigación.

El cuarto capítulo comprende las conclusiones y recomendaciones resultantes de todo el proceso de investigación.

En el capítulo cinco se presenta el plan estratégico para el desarrollo del ecoturismo en el Municipio de Concepción Batres, el cual consta de evaluación del análisis externo e interno del Municipio, posteriormente se elaboraron ejes estratégicos para cada uno de los principales sectores que

necesitan ser mejorados detallando las estrategias a utilizar, problemáticas identificadas, proyectos a realizar así como los encargados de la realización de cada uno de ellos.

# **CAPITULO I**

## **ANTECEDENTES Y SITUACION ACTUAL**

## **CAPITULO I**

### **ANTECEDENTES Y SITUACION ACTUAL**

#### **1.1 GENERALIDADES DEL TURISMO EN EL SALVADOR.**

##### **1.1.1. Definición de Turismo.**

El término turismo posee una amplia variedad de definiciones, cada una de ellas diferentes entre sí, dependiendo del enfoque o concepto que se le de.

Para el presente trabajo se utilizará el concepto de Oscar de la Torre Padilla que lo define de la siguiente manera:

“El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro en el que no se ejercen actividades lucrativas ni remuneradas, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.”<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> De la Torre Padilla Oscar. “El turismo. Fenómeno Social”. Editorial Fondo de Cultura Económica (FCE) México 1997.

### 1.1.2. Tipos de turismo.

El turismo se divide en diferentes tipos, según la actividad que se quiera realizar, entre ellos tenemos a continuación:

- **Turismo social:** grupo de personas que realizan viajes tanto dentro como fuera del país, que ejercen la actividad turística a un reducido nivel económico por ser patrocinados ya sea parcialmente o totalmente por entidades privadas o públicas.
- **Turismo Étnico:** habitantes de un país que residen fuera de él, y que regresan eventualmente de visita.
- **Turismo Receptivo:** visitantes del exterior del país que visitan el mismo con fines recreativos, y no con el fin de vivir en el país o conseguir trabajo.
- **Turismo Religioso:** como su nombre lo indica hace referencias a peregrinaciones que fieles realizan a los lugares sacrosantos.
- **Turismo Cultural:** tiene como fin conocer o estudiar costumbres, estilo de vida de los pueblos, historia, monumentos, de determinada región.

- **Turismo de negocios:** es aquel que busca beneficios económicos, contribuyendo a la obtención de los mismos o adquirir conocimientos relacionados con estos.
  
- **Turismo de aventura:** son viajes realizados por personas motivadas a experimentar desafíos impuestos por la naturaleza y alcanzar logros.
  
- **Turismo de vacaciones:** actividad que realizan las personas o grupo de personas con el objetivo de descansar y recrearse, buscando lugares según su predilección como: montañas, lagos, ríos o la playa.
  
- **Turismo Gastronómico:** viaje que se realiza para satisfacer los gustos de las personas para encontrar los manjares que desea.
  
- **Turismo Interno:** individuos residentes de un país que usan y consumen los bienes y servicios en un lugar diferente a su domicilio habitual, por un período mayor a veinticuatro horas dentro de sus fronteras nacionales.
  
- **Turismo Ecológico:** centra sus atractivos en actividades relacionadas con la naturaleza, estableciendo una comunicación entre el turista y la naturaleza.

- **Agroturismo:** presentación de servicios turísticos de alojamiento y restauración por parte de ganaderos y agricultores en sus propias fincas, granjas y caseríos.

### **1.1.3. Antecedentes Históricos del turismo en El Salvador.**

En el pasado, el turismo en El Salvador se enfrentaba a una gran diversidad de limitaciones, como el poco interés de los Gobierno en el desarrollo de este sector, vías de comunicación inadecuadas, presupuestos muy limitados por parte del gobierno, la ausencia de personal técnico especializado en el desarrollo del turismo, entre otras.

Es por eso importante dar a conocer en orden cronológico, los eventos que fueron claves en el pasado y que dieron inicio a esta actividad que hoy en día es representativa como actividad económica en el país.

El turismo en El Salvador tuvo sus inicios en siglo XX, bajo la administración del Dr. Alfonso Quiñones Molina, quien con fines de estrechar las relaciones comerciales con otros países, logró que el gobierno tomara conciencia de la importancia de esta actividad, que luego con los años se ha venido desarrollando hasta atraer a un flujo de visitantes interesados en nuestra cultura y nuestras bellezas naturales.

La primera Junta de Fomento de Turismo y propaganda Agrícola e Industrial se celebró el 12 de Junio de 1924, bajo la dirección del Ministerio de Fomento que ahora es el Ministerio de Obras Públicas. Esto con el fin de dar a conocer, tanto a los compatriotas como a los extranjeros, nuestro grado de cultura, los recursos naturales y los lugares históricos, pero principalmente con la finalidad de crear nuevas relaciones que beneficiarían al comercio, la agricultura y la industria del país.

La Junta Nacional de Turismo presidida por el Dr. José Leiva, fue fundada el 14 de agosto de 1930 con el fin de servir de enlace entre las Juntas Departamentales de Caminos y el Gobierno. Fue a partir de esa fecha que comenzó el desarrollo de nuevas vías de comunicación entre las ciudades. Y en el extranjero, específicamente en los consulados, se extendían de forma gratuita tarjetas de turismo a todas las personas que visitarían al país con vigencia de ocho días prorrogables a un mes.

En 1939 la Junta Nacional de Turismo dejó de existir para dar inicio a la Junta de Ornato que tenía la finalidad de velar por las zonas turísticas, vías de acceso y jardines públicos de los catorce departamentos del país que antes eran dependencia del Ministerio de Fomento.

Para el año de 1945, debido al crecimiento del turismo por los adelantos alcanzados en materia de transporte y hospedaje, se consideró que era necesario fundar en cada departamento del país una Junta de Progreso y Turismo, las cuales eran dependientes del ejecutivo en la rama de Obras Públicas.

El 9 de Mayo de 1947 se celebró la primera Asamblea Nacional de Turismo la cual involucró a las instituciones afines tales como: Dirección General de Renta de Aduanas, Ministerio de Obras Públicas, Dirección General de Migración y otras. De esta manera nace la Junta Nacional de Turismo, la cual era dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores. Lo que motivó la fundación de esta junta, fue el deber que tenía el estado de fomentar el desarrollo material y cultural del país, y así alcanzar poco a poco los objetivos planteados en la junta de 1930.

En 1948 se dio inicio a la construcción de una amplia red de turicentros distribuidos en todo el país, los cuales tenían como objetivo; brindar lugares de sano esparcimiento a las familias salvadoreñas. Así mismo comenzaron a desarrollarse los principales proyectos de electrificación e infraestructura de carreteras en el país.

Los turicentros y parques nacionales que forman parte de la amplia red que se creó son:

<b>TURICENTRO O PARQUE NACIONAL</b>	<b>AÑO DE INAUGURACION</b>
Apulo	1948
Parque Balboa	1950
Los Chorros	1952
Atecozotl	1956
Amapulapa	1956
Parque Nacional Cerro Verde	1957
Sihuatehuacan	1973
Costa del Sol	1975
Agua Fría	1977
Complejo turístico de la Libertad	1977
Altos de la Cueva	1979
Apastepeque	1979
Toma de Quezaltepeque	1979

El 19 de Mayo de 1953 bajo la administración del Teniente Coronel Oscar Osorio, se crea, mediante el decreto N° 1039, la Ley de Fomento de la Industria Hotelera, como respuesta ante las necesidades de incrementar y mejorar el servicio hotelero en el país, ya que el turismo venia aumentando

año con año y había que alojar adecuadamente a los extranjeros que visitaban a El Salvador.

El Departamento de Fomento de la Industria Turística que era dependiente del Ministerio de Economía fue fundado en 1959, y su objetivo principal era el de incrementar el turismo tanto a nivel nacional como internacional.

En la década de los años 60's, el turismo en El Salvador alcanzó proporciones nunca antes vistas, esto como resultado de la modernización del transporte, la ampliación de la infraestructura de carreteras, la inauguración del aeropuerto de Ilopango, entre otras.

El panorama que prevaleció con respecto a los beneficios que se obtenían del turismo, eran que al atraer masivamente a turistas extranjeros portadores de divisas, ayudarían positivamente a reducir el déficit en la Balanza de Pagos. Fue todo esto lo que motivo a las autoridades a darle la importancia que se merece esta actividad económica y así apoyarla con la construcción de un marco institucional que facilitare su desarrollo.

Por esa razón en 1961 se crea el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), que nace como la instancia gubernamental rectora del turismo. Sus principales funciones eran la elaboración de proyectos para el fomento y desarrollo de la industria, la regulación de las empresas turísticas, el manejo

del patrimonio turístico y la presentación de informes sobre el comportamiento del sector.

A principios de los años 60's el Programa de Integración Económica Centroamericana cobraba fuerzas y volvió a la economía más dinámica y moderna además de incrementar las exportaciones. Se pensó entonces en una integración turística de la región Centroamericana creándose así el Concejo de Turismo de la Organización de Estados Centroamericano (SITCA), teniendo como principal objetivo la promoción regional del turismo.

El SITCA realizó el primer Seminario Centroamericano de Turismo en Nicaragua en el año de 1965, contratándose así a los primeros consultores para estudios especializados en el sector.

En 1968 se establecieron los primeros datos sobre el ingreso de turistas al país, principalmente de los mercados Regionales, Estados Unidos y México. Estos datos fueron publicados por el ISTU por medio de boletines estadísticos. Y es así que se cuenta con evidencia desde esa fecha de la afluencia de turistas a El Salvador.

En 1967 el turismo ya registraba altos niveles de afluencia. Pero fue entre 1970 y 1972, durante el gobierno de Sánchez Hernández, que se construyeron los primeros 4 hoteles de gran importancia en San Salvador, los cuales fueron: El Camino Real, Terraza, Alameda y Ritz. Además se

construyó el Hotel de Montaña del Cerro Verde y hoteles en el Estero de Jaltepeque como el Pacific Paradise, y el Izalco Cabaña Club.

Esta expansión del servicio hotelero se debió principalmente al apoyo gubernamental a través del Banco Central de Reserva y a la motivación de la empresa privada ya que consideraban rentable al sector.

Los años de oro del turismo se consideran entre 1973 y 1978 donde se percibieron incrementos constantes en este rubro tanto a nivel nacional como extranjero. Durante este período se consideran hechos significativos la realización del certamen de Miss Universo en 1975 y la construcción del Aeropuerto Internacional de Comalapa, los cuales vinieron a darle apoyo al sector turismo. El nuevo aeropuerto facilitó el acceso de turistas internacionales a nuestro país y además se modernizaron algunas carreteras, lo cual puso a la mano de los visitantes la mayoría de lugares turísticos en El Salvador.

Para el año de 1979, el turismo sufrió un decremento debido principalmente a la inestabilidad económica, social y política que reinaba en esa época ya que se desató un clima de violencia, incrementándose los secuestros y asesinatos de políticos y hombres de negocios incluyendo al presidente del ISTU Roberto Poma.

Estos eventos dieron a El Salvador una mala imagen en el exterior ya que el país era considerado según la Comisión Interamericana de Derechos Humanos un “alto violador de los derechos humanos”. Esto fue difundido por los medios a nivel internacional y el país fue considerado como peligroso para los turistas, reduciendo la afluencia de turistas hasta el nivel más bajo en 15 años.

En la década de los 80`s El Salvador se vio envuelto en una guerra civil que afecto directamente al sector turismo, los turistas del extranjero se abstendían de visitar el país debido a la inseguridad que se vivía. Las únicas personas que durante esa época llegaban a nuestro país eran los turistas de negocios y aquellos ligados al conflicto armado.

Para el año de 1991, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) realizó un estudio sobre el clima de inversión en El Salvador, lo cual ayudó a promover la inversión en turismo.

La guerra civil se dio por finalizada en enero de 1992 durante el período de administración del Lic. Alfredo Cristiani, se firman los acuerdos de paz entre el gobierno del país y una comisión delegada del movimiento izquierdista. El nuevo clima de paz le da un giro a la situación del turismo en El Salvador.

Para el año de 1996 el ISTU concentro sus esfuerzos en la promoción y desarrollo de los turicentros ya existentes en El Salvador, dando paso a lo

que es la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), la cual en 1997 inicia sus operaciones. Su principal función es: Velar por la promoción y desarrollo internacional de El Salvador para así mejorar la afluencia turística.

Ya que CORSATUR es una entidad autónoma que depende del Ministerio de Economía no tiene la potestad de invertir en proyectos turísticos por lo cual, la empresa privada es la que aporta el capital necesario de inversión.

Desde su creación CORSATUR ha participado en una gran cantidad de Ferias Internacionales de Turismo, promoviendo y promocionando a El Salvador como un destino interesante de visitar.

CORSATUR en coordinación con representantes de empresas turísticas ha realizado programas de capacitación para cocineros, recepcionistas, camareros, y meseros. Además, se han encargado de capacitar a diferentes guías turísticos principalmente en las ciudades de Chalchuapa, Juayúa, Suchitoto, Perquín y Nauhizalco, dándoles a conocer la importancia del turismo y la necesidad de crear una cultura turística además de la información de los lugares potencialmente turísticos.

El sector turismo tuvo un decremento en el año 2001 de -7.6 % debido a los terremotos sufridos en enero y febrero de ese año, así como los atentados terroristas del 11 de septiembre del 2001 en Estados Unidos, ocasionado

que los turistas dejaran de visitar el país por miedo al terrorismo y a los desastres naturales.

CORSATUR, motivado por el impacto sufrido en el sector turismo se vio en la necesidad de formular e implementar nuevas estrategias para promocionar el turismo a nivel interno, que permitiera el desarrollo de los lugares turísticos de El Salvador.

El 2002 fue un año atípico como resultado de la realización de los XIX Juegos Deportivos Centroamericanos y del Caribe, evento que generó un incremento del 29.4 % en llegadas internacionales, y 2.4% de participación en el PIB, lo cual refleja un crecimiento progresivo.

El año 2003 fue difícil para la actividad turística a nivel mundial. El conflicto de Iraq, la epidemia del Sars, y la economía mundial que presento signos de debilidad, fueron factores claves para tener una disminución de ingreso de turistas al país, pero estos a su vez aumentaron su gasto durante su estancia o permanencia en el país, logrando que la participación del sector en el PIB alcanzara el 2.5% mostrándose así un incremento del 0.1% con respecto al año anterior.

Según datos proporcionados por el Banco Central de Reserva el sector turismo conservo durante el 2003 el primer lugar como generador de

ingresos económicos, superando a los productos tradicionales de exportación como el café, el camarón y el azúcar.

#### **1.1.4. Situación actual del Turismo en El Salvador.**

En enero del 2004, el Gobierno de El Salvador organizó la Feria del Progreso, obteniendo resultados positivos. Esto debido a la participación de la población y de las Instituciones relacionadas con el Turismo, las cuales aportaban información a cerca de todos los lugares turísticos existentes y de las actividades que están en planes a futuro.

Con la llegada del Presidente Antonio Saca a la Presidencia de la República en junio de 2004, el turismo pasa a formar parte de las prioridades del nuevo gobierno y como muestra de ese apoyo al sector, se creó el Ministerio de Turismo, el que a su vez, asumió la responsabilidad de la conducción de dos instituciones ya existentes, el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) y la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR).

El Ministerio de Turismo tiene como funciones, fomentar la industria del turismo interno y externo, actuar como ente coordinador y contralor del turismo, así como gestionar en coordinación con el Ministerio de Relaciones

Exteriores la cooperación internacional relativa al mantenimiento de la infraestructura y las zonas turísticas, entre otras.

El turismo fue uno de los sectores de la economía salvadoreña que más creció para el período del 2004, al reportarse un aumento en la inversión de este rubro en un 5.6 por ciento.

Según el Ministerio de Turismo, la apertura de nuevas opciones de alojamiento, transporte, restaurantes, museos, teatros, tiendas de artesanías, operadores de turismo y escuelas especializadas, hicieron crecer al sector ya que se ha registrado un incremento en la llegada de turistas y en la captación de divisas.<sup>2</sup>

Además, 51 nuevas empresas iniciaron sus operaciones en el 2004. Las nuevas alternativas turísticas, abiertas en su mayoría en el interior del país, propician el desarrollo local así como la creación y fortalecimiento de pequeñas y micro empresas. Esto genera nuevas opciones de empleo rápido y eficaz en beneficio de las comunidades y del turista que las visita.

Uno de segmentos de más sólido crecimiento ha sido el hotelero, que reportó un aumento del 13.02% con respecto al 2003. Este incremento de 28 alojamientos se lleva a cabo en playas, montañas y principalmente en la ciudad. Cabe destacar la llegada al país de la cadena Hilton en Agosto del

---

<sup>2</sup> [www.elsalvadorturismo.gob.sv](http://www.elsalvadorturismo.gob.sv)

2004, la cual posee un reconocimiento mundial y representa una oportunidad para expandir su presencia en Centroamérica.

Con la creación del Ministerio de Turismo se estableció la “ley de Turismo” la cual tiene como principal objetivo fomentar, promover, regular la industria y los servicios turísticos del país, prestados por personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras, la cual entro en vigencia en enero de 2005, así mismo el Ministerio de Turismo ha elaborado las Políticas y Estrategias Nacionales de Turismo.

El siguiente paso es el Registro Nacional de Turismo que servirá para que los operadores de turismo, hoteles, atracciones, empresas de transporte turísticos y otros incluidos en las bases de datos tengan presencia en los catálogos oficiales y ferias a las que el Ministerio de Turismo asista, recibiendo respaldo institucional y facilidades para la capacitación del personal.

En el primer trimestre del 2005, se iniciaron los trabajos de construcción del Club y Resort Decameron-Salinitas, iniciando sus operaciones a finales de ese mismo año.

Con la llegada de esta cadena, una de las más prestigiosas de América Latina, se busca diversificar la oferta hotelera existente en el país, ya que ofrecerá a los turistas programas de vacación “todo incluido”, siendo el primero en su género en El Salvador.

Para finales de 2005, la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) y la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI) concluyeron el proyecto “El agro y-ecoturismo: opciones de desarrollo rural en áreas turísticas estratégicas de El Salvador”, mediante el cual se fortaleció la asociatividad, la capacitación, la creación de rutas turísticas y la promoción de cinco zonas con potencial turístico.

El monto del proyecto ascendió a US\$100,000. El 90% fue otorgado con fondos de la cooperación española, mientras que el 10% fue costeado con fondos de CORSATUR.

El programa español se desarrolló en cinco áreas prioritarias para el desarrollo de la actividad agro y ecoturística: la zona occidental (Santa Ana, Ahuachapán y Sonsonate), las zonas norte de Chalatenango y Morazán, además de la parte sur de Usulután y La Unión. En total, se abarcó a 71 municipios, donde habitan 1.8 millones de habitantes.

En dichos lugares se actualizaron los inventarios de los recursos, atracciones y sistemas agro productivos. Con esta información, se diseñaron circuitos turísticos que se plasmaron en la Guía del Turismo Rural, con la cual El Salvador planea competir en este segmento de mercado a nivel internacional.

Asimismo, en el marco del proyecto se impartieron capacitaciones en las zonas mencionadas, en temas como: atención al cliente, educación ambiental y formación turística, manejo y preparación de alimentos, manejo de desechos sólidos y líquidos, y el desarrollo de artesanías locales.

El Centro Nacional de Registro (CNR) y el Ministerio de Turismo, a través de CORSATUR, están trabajando en la elaboración de un mapa nacional turístico que en su primera edición constará de 25,000 ejemplares.

## **1.2. TURISMO ECOLÓGICO (ECOTURISMO).**

### **1.2.1. Definición y Generalidades del Ecoturismo.**

Llamado también ecoturismo, turismo de áreas protegidas, turismo de aventura, turismo verde, turismo sostenible y turismo de ecoaventura.

Definiendo el término ecoturismo tenemos que:

"Es aquella modalidad turística que presenta como principal motivación viajar hacia áreas naturales, poco modificadas y libres de contaminación, con el objeto específico de estudiar, admirar y disfrutar activamente de sus paisajes, plantas y animales silvestres, así como las manifestaciones culturales existentes en dichas áreas".<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Ceballos Lascuarín; 1990. [www.ecoturismolatino.com](http://www.ecoturismolatino.com)

El ecoturismo lo que busca es por un lado conservar el medio ambiente y por otro lado contribuir al sostenimiento económico de determinada región. El turismo ecológico o ecoturismo, como se le conoce más en estos tiempos, se ha convertido en una modalidad de mucho auge debido a la enorme cantidad de beneficios que posee, entre ellos ser una actividad rentable, y ofrecer una contribución al cuidado del medio ambiente.

El ecoturismo se ha caracterizado por ser un proceso en el que participan muchos sectores, lamentablemente las comunidades locales son el sector que ha tendido poco involucramiento y cuya participación es vital ya que son los que habitan cerca de las áreas potencialmente explotables. Estas comunidades locales de áreas rurales son usualmente los grupos menos prósperos de la sociedad. Su involucramiento en actividades ecoturísticas pueden ayudar en gran medida a elevar su nivel de vida y mejorar su situación económica.

Es importante mencionar que no debe considerarse al ecoturismo como la única actividad económica de la actividad rural. Debe ser considerada como una actividad complementaria de las que tradicionalmente se practican. Ya que de lo contrario podría conducir a un “monocultivo” lo cual puede llegar a ser desastroso, ya que el turismo puede sufrir fluctuaciones bruscas, la mayoría de las veces por factores externos y de carácter global como las recesiones, disturbios políticos, guerras, desastres naturales, entre otros; además se podría caer en el desacierto que los habitantes rurales ya no generen sus propios alimentos y tengan que traerlos de otro lugar.

Estos grupos normalmente han permanecido durante mucho tiempo en estas áreas, y por lo tanto poseen conocimientos del medio ambiente que los rodea y de las tradiciones locales. Por tal motivo, si se capacita a los habitantes locales pueden convertirse en los guías ecoturísticos más indicados.

Una ventaja del ecoturismo es que no es tradicional, a diferencia de varias modalidades de turismo masivo (que se caracterizan por su marcada estacionalidad, coincidiendo las más de las veces con los períodos vacacionales), el ecoturismo puede realizarse durante todas las épocas del año, lo cual es altamente conveniente para la industria turística, ya que puede contribuir a aminorar las temporadas bajas del turismo masivo tradicional.

El primer país Centroamericano en desarrollar el ecoturismo fue Costa Rica, debido a que se hizo un plan de Gobierno al darse cuenta de la importancia y de los beneficios que traería la conservación del medio ambiente implementaron el concepto de los canjes de “deuda por naturaleza”. La premisa básica del canje de deuda por naturaleza es el de condonar un determinado volumen de deuda externa a cambio de inversiones en moneda local en programas destinados a mejorar el manejo de los recursos naturales en el país deudor.

Costa Rica tiene una fuerte tradición conservacionista; más de un 28% de su territorio ha sido declarado parque nacional o reserva biológica protegida. Actualmente han canjeado más de \$80 millones de deuda por “bonos de conservación”.

Las políticas gubernamentales de Costa Rica son claras al señalar que es prioridad del desarrollo nacional, la explotación ordenada y controlada de los recursos naturales bajo sistemas de aprovechamiento sostenible de los recursos.

Actualmente se han establecido 8 áreas de conservación en Costa Rica. Cada una de ellas cuenta con un núcleo de protección absoluta y una periferia amplia considerada como una zona de amortiguamiento.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) declaró el año 2002 como “El año internacional del ecoturismo” en todo el mundo con el fin de consolidar los instrumentos y marcos institucionales que garanticen su desarrollo sostenible en el futuro. Ello supone la optimización de los beneficios económicos, medioambientales y sociales derivados del ecoturismo, evitando al mismo tiempo sus deficiencias e impactos negativos del pasado.

Muchas empresas y practicantes del ecoturismo, así como gobiernos y estudiosos de todo el mundo, se han esforzado por lograr una mayor

compresión de esta forma turística, tratando de mejorar sus técnicas de planificación, gestión y comercialización. Sin embargo, no se ha producido todavía un esfuerzo realmente integral que permita a todos los interesados expresar sus opiniones, dar a conocer ampliamente sus logros e integrar esos resultados en las sinergias necesarias que posibiliten los beneficios económicos, sociales y ambientales que se esperan del ecoturismo.

### **1.2.2. Objetivos del Ecoturismo:**

1. Contribuir a la conservación de los recursos naturales, los cuales son la base de la oferta ecoturística, así como también los aspectos culturales locales.
2. Inducir a la planificación y manejo de los recursos naturales y culturales.
3. Generar empleos y beneficios económicos a las poblaciones locales, mejorando la calidad de vida.
4. Integrar áreas marginales, tanto silvestres como poblacionales, al desarrollo de la economía nacional.
5. Ser un importante instrumento para la capacitación y la concientización de las poblaciones locales y los ecoturistas.
6. Promover la creación de medianas, pequeñas y micro empresas ecoturísticas.
7. Contribuir al desarrollo económico de países tropicales con economías en vías de desarrollo.

8. Estimular a grandes empresas a invertir y apoyar proyectos con fines turísticos.
9. Participación del estado, la empresa privada y las comunidades.

### **1.2.3. Situación del Ecoturismo en El Salvador.**

Aproximadamente un 3% de las áreas naturales de El Salvador puede ser destinado al ecoturismo.

El ecoturismo en El Salvador no se encuentra muy desarrollado, pero ya existen diferentes lugares en los cuales se puede practicar esta actividad, entre los cuales podemos mencionar: Cerro El Pital – Miramundo, El Trifinio, Parque El Imposible, Bahía de Jiquilisco, Estero de Jaltepeque, Suchitoto, Perquín, Los Volcanes (Izalco, Santa Ana, Cerro Verde), entre otros.

Se han identificado más de 125 áreas naturales importantes dentro del territorio de El Salvador, la mayoría de estas son muy pequeñas o poco estudiadas. Las doce áreas naturales protegidas más importantes del país con tamaños que varían entre las 1,000 y 8,000 hectáreas son:

- Bosque nebuloso de Montecristo (Trifinio)

- El Imposible
- Nancuchiname
- Los volcanes (Cerro Verde, Volcán de Izalco y Volcán de Santa Ana)
- La barra de Santiago
- Bosque San Diego
- Laguna El Jocotal
- Los Cobanos
- Las Termopilas
- Conchagua (Golfo de Fonseca)
- Bahía de Jiquilisco
- Cacaguatique

Las áreas naturales protegidas de El Salvador no cuentan con la infraestructura suficiente para el turismo local y mucho menos para el turismo internacional, de estas áreas solamente cuatro ( El Imposible, Montecristo, laguna El Jocotal y la Barra de Santiago), poseen vigilancia del Servicio de Parques Nacionales y Vida Silvestre.

Esta situación es alarmante debido que al existir una falta de protección al medio ambiente se da la explotación no controlada de los recursos naturales, afectando la conservación de dichas áreas.

Experiencias en muchos otros países sugieren que, bajo buenos planes de manejo e inversiones, las áreas protegidas establecidas en forma

adecuada pueden ser administradas y mantenidas en forma auto-financiable por cobro de ingreso y servicios, las cuales estarán sujetas al pago de tarifas.

#### **1.2.4 Limitantes del Ecoturismo.**

Con el paso de los años también se ha comprobado que todavía no se ha prestado la debida atención a ciertos aspectos del ecoturismo, tales como:

- Tenencia de la tierra y control del proceso de desarrollo del ecoturismo por parte de las comunidades locales.
- Eficiencia y adecuación del concepto actual de zonas protegidas por razón de su diversidad biológica o cultural.
- Necesidad de mayores precauciones y vigilancia en las actuaciones en zonas especialmente vulnerables.
- Derechos indígenas y tradicionales en zonas aptas para el desarrollo del ecoturismo.

### **1.3. RESEÑA HISTORICA DEL MUNICIPIO DE CONCEPCION BATRES.**

#### **1.3.1. Origen del nombre de la Ciudad.**

Se eligió el nombre de Concepción Batres en honor a los dueños de una hacienda que anteriormente ocupaba una gran extensión territorial del actual Municipio.

El dueño era apellido Batres y su esposa se llamaba Concepción.

#### **1.3.2. Fundación y origen del Pueblo.**

A principios del siglo pasado se conocía con el nombre de río Batres, el que dividía a los departamentos de Usulután y San Miguel, a orillas de este caudaloso río se ubicaba una hacienda con el mismo nombre, donde posteriormente se constituyó una aldea o caserío llamado Batres en honor a la hacienda, esta pertenecía a la jurisdicción del pueblo de Ereaguayquin.

Durante la administración de Don Jorge Meléndez y el Alcalde Francisco Camacho, por decreto legislativo del 5 de Marzo de 1920, el Cantón Batres se erigió en el pueblo con el nombre de Concepción Batres, y se anexaron a su jurisdicción, los cantones de La Danta, San Ildelfonso, Vado Marín, segregados todos del municipio de Ereaguayquin.

Desde su fundación ha formado parte del departamento de Usulután y distrito del mismo. Por decreto legislativo y bajo la administración del señor Alcalde Municipal Miguel Angel Zaravia, el 26 de Octubre de 1972 obtuvo el título de Villa.

Por decreto legislativo y bajo la administración de José Jader Orellana, Alcalde en funciones, el 5 de Diciembre de 1996 obtuvo el título de Ciudad y se dio a conocer el 7 de Diciembre del mismo año.

### **1.3.3. Datos generales del Municipio de Concepción Batres.**

El municipio de Concepción Batres, pertenece al departamento de Usulután, situada en un valle a 70 metros sobre el nivel del mar, 7 kilómetros al Este de la ciudad de Usulután y a 124 kilómetros de la capital de San Salvador.

Esta limitado al norte por los municipios de El Tránsito y Ereguayquin, al este por el municipio de Jucuarán, al sur por la Bahía de Jiquilisco al oeste por los municipios de Usulután y Ereguayquin.

### **1.3.4. Extensión territorial.**

Concepción Batres esta conformado por 9 cantones y 30 caseríos.

Tiene una extensión territorial de 119.05 Kms.<sup>2</sup>, en el área urbana 1.35 Kms.<sup>2</sup> Y 117.7 Kms.<sup>2</sup> en el área rural.

### **1.3.5. Estructura económica de las familias.**

Por lo general quien trabajaba en el hogar era el hombre, pero ahora la situación ha cambiado radicalmente, dado que la mujer ahora brinda un

aporte económico muy importante para el sostenimiento del grupo familiar y cabe mencionar que un 44% de la población recibe remesas familiares.

La mayoría de las familias son de clase media-baja y en la zona rural su mayoría son del nivel bajo (pobres).

En la zona urbana la mayoría de las familias poseen su casa propia y en la zona rural poseen pequeñas parcelas de terreno las cuales cultivan y en algunas tienen ganado en pequeñas cantidades (vacas, cerdos, gallinas, etc.).

La comunidad es económicamente poco desarrollada, dado que las fuentes internas de empleos son muy pocas, y gran parte de sus habitantes tienen que trasladarse hasta otros lugares a desempeñar sus labores.

El Municipio es netamente agrícola, las grandes industrias no existen en el lugar, un 75% la población se dedica a la agricultura y ganadería, y el otro 25% se dedica a actividades diversas como la pesca artesanal y comercio.

#### **1.3.6. Producción agrícola del Municipio.**

Predominantemente en el municipio se produce: maíz, arroz, ajonjolí, maicillo, caña de azúcar, algodón, hortalizas (ejotes, tomates, jícama, flor de loroco, pepinos, pipian, etc.).

Se cuenta con ganado de repasto, ganado lechero, granjas avícolas, y de cerdos.

Así mismo en Concepción Batres se fabrican muebles de madera, ladrillos de barro y bloques.

### **1.3.7. Costumbres y Tradiciones.**

La mayoría de la población de Concepción Batres practica la religión católica (70 %) y el resto pertenece a diferentes religiones cristianas.

En el Municipio se realizan diferentes fiestas patronales como:

Las fiestas de Jesucristo del Rescate del 2 al 14 de febrero, y las fiestas de cada comunidad rural.

Las fiestas patronales mas importantes son las de la Parroquia de Inmaculada Concepción, que se celebran del 31 de noviembre al 8 de diciembre, esta se inicia con el novenario de misas diariamente, algunos días hay retiros, charlas, convivio con los enfermos y personas de la tercera edad.

La clausura de las festividades da inicio el 7 de diciembre con la procesión de los farolitos y el 8 de diciembre se da una serenata a la virgen amenizada con música sacra gravada y alabanzas a la virgen por el coro de congregación al santísimo, se realiza desde las 4 hasta las 6 de la mañana, posteriormente a las 9 de la mañana se celebra una misa por el monseñor de la diócesis.

Por la tarde se celebra la solemne procesión de la Inmaculada, a la cual asiste una multitud de fieles y para culminar la celebración se revienta pólvora.

Se realizan también actividades anuales de la iglesia como: semana de la juventud, semana del concilio misionario femenil, semana de la familia, campaña evangelística, evangelismo casa por casa, vigiliyas, etc. todo esto por parte de la iglesia.

#### **1.3.8. Educación.**

Se han impartido círculos de alfabetización, a los cuales han asistido muchos adultos a aprender las primeras letras. Pero pese a este esfuerzo que se esta haciendo aún quedan personas y niños que no pueden asistir a las escuelas, esto por diferentes motivos, la mas importante se debe a la situación económica del grupo familiar.

En la comunidad existen 22 centros escolares, 133 maestros y un promedio de 3500 alumnos en todo el municipio. En los diferentes centros escolares se atienden desde educación parvularia hasta el bachillerato.

En la zona urbana hay 2 centros escolares, 1 escuela nacional de parvularia y 1 instituto nacional, el resto de centros escolares se encuentran en el área rural.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEORICO**

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEORICO**

#### **2.1 PLANEACION.**

##### **2.1.1 Conceptos.**

Según Hellriegel y Slocum, "Planeación supone definir metas organizacionales y proponer medios para alcanzarlas."<sup>4</sup>

Garza Treviño define la planeación de la siguiente manera, "Es el proceso de preveer el futuro y proponer estrategias para desarrollarse y crecer en el contexto futuro."<sup>5</sup>

Para Bateman y Snell, "Planeación consiste en especificar los objetivos que se deben conseguir y en decidir con anticipación las acciones adecuadas que se deben ejecutar para ello."<sup>6</sup>

##### **2.1.2 Importancia.**

---

<sup>4</sup> Don Hellriegel, John W. Slocum. Administración, 7ª Edición. Thomson Editores, México 1998, Pág. 9

<sup>5</sup> Garza Treviño. Administración Contemporánea. MacGraw Hill, 2ª Edición, México 2000, Pág. 87

<sup>6</sup> Bateman y Snell. Administración. Una Ventaja Competitiva. MacGraw Hill, 4ª Edición, México 200, Pág.7

La planeación es importante para los administradores ya que con esta se pretende establecer la dirección que seguirá la organización en un futuro, como puede ser una más amplia participación en el mercado, la generación de mayores utilidades, etc.

Así mismo la planeación identifica y compromete los recursos de la organización para el cumplimiento de sus objetivos, y así decidir que actividades son las necesarias para conseguirlos.

La planeación es una herramienta importante ya que con ella podemos contar con un análisis de las situaciones actuales, permitiendo seleccionar la estrategia adecuada para alcanzar las metas establecidas, tomando en cuenta la responsabilidad social que toda organización tiene con la sociedad.

### **2.1.3 Tipos de Planes**

Las organizaciones utilizan principalmente tres tipos de planes:

- **Planes Estratégicos:** son diseñados por los miembros de mayor jerarquía de la empresa para lograr las metas generales de la organización.

Establecen los lineamientos generales de la planeación, sirviendo de base a los demás planes (táctico y operativos), se consideran de largo plazo y comprenden a toda la empresa.

- **Planes Tácticos o funcionales:** son coordinados por los mandos de nivel medio con el fin de dinamizar los recursos de la empresa. Determinan planes más específicos para cada uno de los departamentos de la empresa y están sujetos a los Planes Estratégicos. Estos planes por su establecimiento y ejecución se dan a mediano plazo y abarcan un área de actividad específica.
- **Planes operacionales:** se manejan de acuerdo a los lineamientos establecidos por la Planeación Táctica y su función consiste en la formulación y asignación de actividades más específicas que deben ejecutar los últimos niveles jerárquicos de la empresa. Por su alcance los planes operacionales son a corto plazo.<sup>7</sup>

## 2.2 ESTRATEGIAS

### 2.2.1 Conceptos.

Según Bateman y Snell, "Las estrategias son patrones de acción y de distribución de recursos que se ha diseñado para alcanzar las metas de la organización."<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Adalberto Chiavenato Administración "Procesos Administrativos". 2ª Edición. MacGraw Hill. México, 1998

<sup>8</sup> Bateman y Snell. Administración. Una Ventaja Competitiva. MacGraw Hill, 4ª Edición, México 200, Pág. 134

Hellriegel y Slocum las definen como : “Las estrategias son los principales cursos de acción que sigue una organización para cumplir sus metas.”<sup>9</sup>

Para Stanton, Etzel y Walker:”Estrategia es un plan de acción amplio por el cual una organización trata de alcanzar sus objetivos”.<sup>10</sup>

### **2.2.2 Importancia.**

Las estrategias son de importancia ya que nos permite guiar las acciones de las organizaciones para lograr el cumplimiento de los objetivos establecidos, y llevar a cabo las decisiones adecuadas ya que se evalúan las diferentes alternativas eligiendo aquella de la que se esperan mejores resultados.

Establecen otras alternativas, como previsión para el caso de posibles fallas en la estrategia elegida.

Las estrategias son necesarias para enfrentarse a las amenazas y aprovechar las oportunidades que posea la organización.

### **2.2.3 Tipos de Estrategias.**

---

<sup>9</sup> Don Hellriegel, John W. Slocum. Administración, 7ª Edición. Thomson Editores, México 1998, Pág. 161

<sup>10</sup> Stanton, Etzel y Walker, Fundamentos de Marketing, 13ª Edición, Mc Graw Hill, México 2000.

Las estrategias influyen en muchas de las decisiones que toman los gerentes. La implementación de las estrategias es fundamental para las organizaciones debido a los grandes beneficios que estas proporcionan.

Entre las estrategias que pueden ser aplicadas a la presente investigación son las siguientes:

- **Estrategia de Diferenciación:**

“En una estrategia de diferenciación, la base para la ventaja competitiva es un producto o servicio cuyos atributos difieran de manera importante de los productos o servicios de los rivales.”<sup>11</sup>

La estrategia de diferenciación se da cuando una empresa estudia con cuidado las necesidades y conducta de los compradores, ya que estas son diversas, para conocer lo que ellos consideran valioso e importante. Para luego incorporar una o varias de estas características en la oferta de su producto o servicio para que los compradores se inclinen a su marca por sobre de la de los rivales.

Esta estrategia se concentra en alcanzar un desempeño superior en un área importante de la organización para beneficio del cliente, y que esta sea valuada por el mercado. Se pueden formular estrategias para ser el líder en servicios, en estilo, calidad, tecnología, innovación o cualquier área que se decida.

---

<sup>11</sup> Thompson- Strickland, Dirección y Administración Estratégicas, Mc Graw Hill, 5ª Edición, México, 1998, Pág. 119

Una diferenciación exitosa hará que la empresa pueda exigir un precio extra por su producto, que sus ventas por unidad se incrementen y se gane la lealtad del cliente a su marca.

Se busca ser el mejor en un área ya que es poco probable llegar a ser el líder en todo. La empresa cultiva todos los atributos que le servirán para tener una ventaja diferente de desempeño en algún área o línea de beneficio. Así una compañía que busca el liderazgo en calidad, debe utilizar las mejores materias primas y procesarlas con los conocimientos y experiencias necesarias para sobresalir en el mercado.

- **Estrategia de liderazgo en costos:**

“La base de la ventaja competitiva del líder en costos consiste en tener menores costos que los competidores”<sup>12</sup>

El objetivo de esta estrategia se enfoca en lograr una ventaja duradera en los costos por encima de los competidores para luego utilizar esta ventaja como una base para ganarle a un competidor rebajando los precios y tener participación en el mercado a su costa, o también se puede obtener un mayor margen de beneficio vendiendo al precio de mercado.

---

<sup>12</sup> Thompson- Strickland, Dirección y Administración Estratégicas, Mc Graw Hill, 5ª Edición, México, 1998, Pág. 114

Una ventaja de costos genera una rentabilidad superior a menos que se use para hacer una reducción agresiva en los precios y vender más unidades que los rivales.

Si los competidores encuentran fácilmente poner en práctica los métodos de bajo costo que posee el líder, entonces la ventaja es poco duradera y no llega a ser valiosa.

- **Estrategia de Enfoque:**

“Lo que diferencia una estrategia de enfoque es la atención concentrada en una parte limitada del mercado total”<sup>13</sup>

Esta estrategia de enfoque se diferencia de las otras debido a que descansa en la elección de una panorámica de competencia estrecha de un sector industrial o comercial. Esta estrategia selecciona un grupo o segmento del sector industrial o comercial y se ajusta a servirlos excluyendo a los otros.

La estrategia se basa en la premisa de que una empresa está en condiciones de servir a un objetivo estratégico más reducido de manera más eficiente que los competidores con amplia cobertura.

Como resultado, la empresa se diferencia al atender las necesidades de un mercado meta específico o reduciendo costos sirviendo a este mercado, o ambas cosas.

---

<sup>13</sup> Thompson- Strickland, Dirección y Administración Estratégicas, Mc Graw Hill, 5ª Edición, México, 1998, Pág. 123

## **2.2.4. Características de las Estrategias.**

Las características más importantes de las Estrategias son:

### **I- ESTRATEGIA DE DIFERENCIACION**

- Incremento en el nivel de utilidades.
- Permite que la empresa logre una mejor posición frente a los sustitutos-competidores.
- La empresa debe ser percibida como única.
- Habilidad en la comercialización.
- Reputación empresarial del liderazgo tecnológico y de calidad.
- Diseño o imagen de marca en tecnología, en servicio al cliente, cadena de distribuidores.
- Proporciona aislamiento contra la rivalidad competitiva debido a la lealtad de los clientes hacia la marca y a la menor sensibilidad al precio resultante.
- Produce márgenes mas elevados para tratar con el poder del proveedor y claramente mitiga el poder del comprador.
- Obtiene elevada participación en el mercado.
- Requiere de una percepción de exclusividad que es incompatible con una participación alta en el mercado.
- Extensa investigación, diseño novedoso del producto, materiales de alta calidad o intenso apoyo del cliente.

- Una amplia muestra representativa del mercado.
- La capacidad de ofrecer a los compradores algo distinto de los competidores.
- Muchas variaciones en el producto y una amplia selección, fuerte énfasis en las características de diferenciación elegidas.
- Inventar formas de crear valor para los compradores.
- Integrar las características por las cuales están dispuestas a pagar los clientes.
- Cobrar un precio adicional para cubrir los costos adicionales de las características de diferenciación.
- Comunicar de manera verosímil los puntos de diferenciación.
- Insistir en la mejora constante y usar la innovación para mantenerse a la vanguardia de los competidores-imitadores.
- Concentrándose en unas cuantas características claves de diferenciación, usarlas para crear una reputación y una imagen de la marca.

## **II- ESTRATEGIA DE LIDERAZGO EN COSTOS**

- Construcción agresiva de instalaciones capaces de producir en grandes volúmenes en forma eficiente.
- Requiere un vigoroso empeño en la reducción de costos basados en la experiencia.
- Requiere rígidos controles de costos.

- Minimiza los costos en áreas como investigación y desarrollo, servicios, fuerzas de venta, publicidad.
- Los productos son diseñados para facilitar su producción.
- Requiere de personal altamente capacitado
- Una amplia muestra representativa del mercado.
- Costo mas bajo que los competidores.
- Buen producto básico con pocos electos superfluos (calidad aceptable y selección limitada)
- Una búsqueda continúa de reducción de costos sin sacrificar la calidad aceptable y las características esenciales.
- Transformar las características del producto en virtud que conduzca el producto al bajo costo.
- Precios económicos/buen valor
- Todos los elementos de la estrategia tratan de contribuir al logro de una ventaja de costo duradera.
- Inversión de un fuerte capital inicial en equipo de primera categoría
- Precios agresivos
- Perdidas iniciales para lograr la participación en el mercado

### **III- ESTRATEGIA DE ENFOQUE**

- Selecciona un panorama de competencia específico de un sector industrial.
- Puede dirigirse a dos panoramas diferentes: costos y diferenciación.

- Aumenta las utilidades.
- Permite lograr una ventaja competitiva dentro del sector.
- Formulada para servir a un objetivo en particular.
- Un segmento limitado de mercado donde las necesidades y preferencias del comprador sean claramente diferentes del resto del mercado.
- Costos más bajos al tener al segmento o una capacidad de ofrecer a los clientes del segmento algo que se adapte a sus necesidades y gustos.
- Comunicar la capacidad única de las compañías para satisfacer los requerimientos especializados del comprador.
- Dedicarse por completo a satisfacer mejor el segmento que otros competidores, no deteriorar la imagen ni los esfuerzos de la compañía al entrar en otros segmentos y al añadir otras categorías de productos para ampliar el atractivo del mercado.

### **2.2.5 Herramienta de evaluación de Estrategias.**

- **Análisis FODA**

Para obtener una buena perspectiva de la posición de negocios de una empresa siempre es positivo hacer una evaluación de las fortalezas y debilidades de los recursos de una empresa así como también de las oportunidades y amenazas externas; este análisis se conoce como Análisis FODA.

“El Análisis FODA se basa en el principio fundamental de que los esfuerzos en el diseño de la estrategia deben estar orientados a producir un buen ajuste entre la capacidad de recursos de la compañía y su situación externa”.<sup>14</sup>

- **Fortalezas:** es algo en lo cual es competente una compañía o bien, una característica que le proporciona mayor competitividad.
- **Debilidades:** significa alguna carencia de la compañía, algún bajo desempeño (en comparación con otras), o una condición que la coloca en desventaja.
- **Oportunidades:** las oportunidades de mercado más pertinentes para una compañía son aquellas que ofrecen avenidas importantes para un crecimiento rentable, donde una compañía tiene el mayor potencial para adquirir una ventaja competitiva y que se ajustan bien a las capacidades de recursos financieros y organizacionales que ya posee la compañía o que puede generar.
- **Amenazas:** ciertos factores en el ambiente externo de una compañía que plantean peligro para su rentabilidad y su posición de mercado.

- **Análisis DOFA**

El análisis DOFA es un método complementario del FODA, que ayuda a determinar si la organización esta capacitada para desempeñarse en su

---

<sup>14</sup> Thompson- Strickland, Administración Estratégica, Conceptos y Casos. Mc Graw Hill, 11º Edición, México 2001. Pág. 112.

medio, debido a que si la empresa es más competitiva en comparación con sus rivales ésta mayores probabilidades de éxito tendrá.

El análisis DOFA está diseñado para ayudar al estratega a encontrar el mejor acoplamiento entre las tendencias del medio, las oportunidades y amenazas y las capacidades internas y debilidades de la empresa. Dicho análisis permitirá a la organización formular estrategias para aprovechar sus fortalezas, prevenir el efecto de sus debilidades, utilizar a tiempo sus oportunidades y anticiparse al efecto de las amenazas.

## **2.3 PLANEACION ESTRATEGICA.**

### **2.3.5 Conceptos.**

Roberto Pinto define a la planeación estratégica como:” El conjunto de acciones que en el presente hace una institución, empresa u organización, encaminadas al logro de resultados a futuro, que le permitan tomar decisiones con la mayor certidumbre posible, organizando eficaz y eficientemente los esfuerzos necesarios para ejecutar esas decisiones y darles el seguimiento correspondiente, todo ello en el marco de las contingencias por las que pueda atravesar la organización en el corto, mediano y largo plazo.”<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Pinto ,Roberto. Planeación Estratégica de Capacitación Empresarial, MacGraw Hill, México 2000.Pág. 68.

La teoría ampliamente aceptada de la planeación estratégica es bastante simple, utilizando un horizonte de tiempo de varios años, la alta administración revisa su actual estrategia buscando oportunidades y ubicando amenazas en el medio ambiente, analizando los recursos de la compañía para identificar los puntos fuertes y débiles ya que es un proceso administrativo que crea y mantiene un buen acoplamiento entre los objetivos y los recursos de la empresa y el desarrollo de oportunidades del mercado.<sup>16</sup>

Hay muchos conceptos que describen la Planeación Estratégica, pero para el presente estudio se tomará como base el siguiente concepto:

“Es una planeación de tipo general, esta orientada al logro de objetivos institucionales dentro de la empresa y tiene como objetivo general la guía de acción misma; es el proceso que consiste en decidir sobre una organización, sobre los recursos que serán utilizados y se orientan para la consecución de dichos objetivos.”<sup>17</sup>

La Planeación estratégica, trata sobre el porvenir de las decisiones actuales, es decir, se observa la cadena de consecuencias de causas y efectos durante un tiempo, relacionadas con una decisión real o intencionada que se tomará.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Philip Kotler, Fundamentos de Mercadotecnia, 5ª Edición, May Hispanoamérica, 1996. Pág. 308.

<sup>17</sup> George A. Steiner. Planeación Estratégica. Pág. 20. Editorial Continental; México, 1999.

<sup>18</sup> George A. Steiner. Planeación Estratégica. Pág. 20. Editorial Continental; México, 1999.

Así mismo se deben de identificar de manera sistemática todas aquellas oportunidades y peligros que podrían llegar a suceder en un futuro, logrando generar una base importante para que las empresas u organizaciones, sepan tomar decisiones importantes y acertadas que logren explotar las oportunidades y minimizar las amenazas a las que puedan enfrentarse en el futuro.

Este proceso debe de ser continuo, debido a que el ambiente en el que se desenvuelve una empresa es dinámico, por lo que la elaboración de metas, estrategias, y políticas debe de ajustarse al ritmo del entorno.

### **2.3.6 Proceso de la Planeación Estratégica.**

La planeación estratégica cuenta con 9 pasos, los cuales se detallan a continuación:

#### **1. Definir la misión y visión:**

Toda organización tiene una misión que define su propósito, y que en esencia, pretende contestar la pregunta: ¿En que negocio estamos?

El definir la misión fuerza a la administración a definir con cuidado el espacio de su producto o servicio. La misión es el propósito o razón de existir de una organización.

La visión es la herramienta administrativa que permite, con base en los acontecimientos del presente, proyectar hacia el futuro a la organización.

## **2. Establecimiento de Objetivos:**

Los objetivos son el fundamento de cualquier programa de planeación, estos trasladan la misión a términos concretos, establecen qué se tiene que alcanzar y cuándo los resultados deben lograrse.

## **3. Analizar los recursos de la organización:**

El análisis de los recursos de la organización debe revelar su ventaja comparativa: es decir, la competitividad relativa que la organización tiene sobre sus competidores presentes y futuros.

Todo esto está determinado por los recursos y capacidades que la organización posee.

## **4. Análisis del ambiente:**

Se debe examinar el ambiente para identificar los diversos factores políticos, sociales, económicos y de mercado que pudiesen incidir sobre la organización. El fin de esta investigación es desarrollar escenarios sobre el futuro, para determinar las situaciones que podrían afectar directa o indirectamente a la organización.

## **5. Hacer predicciones:**

Este paso es un esfuerzo mas detallado de predicción de la posible ocurrencia de eventos futuros. Las predicciones incluyen factores externos que se consideraron en el análisis del ambiente y factores internos como las proyecciones de ingresos, estimaciones de gastos y requerimiento de capital y recursos humanos.

#### **6. Análisis FODA:**

El análisis de los recursos de la organización, y las predicciones de factores externos e internos, constituyen una base de datos con los cuales la administración analiza las diferentes oportunidades y riesgos con los que se enfrenta la organización.

#### **7. Identificar y evaluar estrategias alternativas:**

Una vez identificada una oportunidad o riesgo, la administración debe de buscar una serie de alternativas que pueden explotar la situación. Esto se logra respondiendo a las siguientes preguntas: ¿Continuamos con lo que hemos hecho en el pasado? ¿Hacia donde vamos? ¿Buscamos nuevos mercados?, etc.

#### **8. Seleccionar una estrategia:**

Una vez que las estrategias alternativas han sido evaluadas se seleccionara una, la cual debe ser consistente con la misión y objetivos de la organización y debe corresponder bien a sus capacidades. Las estrategias son los

principales cursos de acción que sigue una organización para cumplir sus metas.

### **9. Instrumentar la estrategia:**

La instrumentación es el último paso. Una buena estrategia puede fallar si la administración no es capaz de traducirla en programas, políticas, presupuestos u otros planes a corto y largo plazo necesarios para llevarla a cabo. Por otra parte, en esta etapa se requiere de una comunicación exitosa de la estrategia a todos los niveles de la organización.

#### **2.3.7 Características de la Planeación Estratégica.**

La planeación estratégica se ocupa de cuestiones fundamentales como:

¿En qué negocio estamos?, ¿En qué negocio deberíamos de estar?,  
¿Quiénes son nuestros clientes? y ¿Cuáles deberían de ser?

Así mismo ofrece un marco de referencia para una planeación más detallada y para tomar decisiones más acertadas, ya que establece cuales son las opciones más adecuadas con respecto a las estrategias.

La planeación estratégica supone un marco temporal más largo que otros tipos de planeación. Ayuda a orientar las energías y recursos hacia las características de alta prioridad.

Es una actividad de alto nivel, en el sentido que la alta gerencia debe participar activamente desde un punto de vista más amplio, tiene la visión necesaria para considerar todos los aspectos de la organización, además se requiere adhesión de la administración para obtener y apoyar la aceptación en los niveles más bajos de la misma.

Entre las principales características de la planeación estratégica se encuentran:

- Analiza el entorno de la organización para prevenir amenazas y aprovechar las oportunidades.
- Toma en cuenta el panorama a largo plazo.
- Tiende a ser una responsabilidad de la alta gerencia pero refleja una mentalidad que puede ser útil a cualquier nivel.
- Observa el interior de la organización para identificar las debilidades y fortalezas.

### **2.3.8 Importancia de la Planeación Estratégica.**

La planeación estratégica es de gran importancia para las actividades de la organización. Al hacer uso de ella la administración da a su organización objetivos definidos con claridad y los métodos para lograrlo, este proceso de planeación les ayuda a prever los problemas antes de que surjan y a afrontarlos antes de que se agraven, también ayuda a la administración a

reconocer las oportunidades seguras y riesgosas para poder elegir entre ellas.

Sin la Planeación Estratégica los administradores no pueden saber cómo organizar a la gente y los recursos con los que cuentan, así mismo sin un plan los administradores y sus seguidores tienen muy pocas probabilidades de lograr sus metas o de saber cuándo y dónde están. Con frecuencia, los planes erróneos afectan a toda la organización.

### **2.3.9 Ventajas y limitantes de la Planeación Estratégica.**

#### **VENTAJAS**

- Proyectándose en el tiempo, establece los objetivos y metas de la organización.
- Da lugar a tomar decisiones y prever problemas de forma preventiva, disminuyendo las soluciones correctivas.
- Determina con suficiente anticipación las amenazas, oportunidades y problemáticas internas de la organización.
- Da a conocer en el presente las posibilidades del futuro.
- Reduce los errores y desviaciones de las metas programadas, ya que define los posibles cambios y comportamientos tanto dentro como fuera de la organización.

## **LIMITANTES**

- Pueden ser necesarios cambios profundos en la estructura de la organización lo que podría provocar desajustes y resistencia al cambio.
- Para ser diseñada es necesario tener amplios conocimientos sobre planeación.
- Sus beneficios no siempre son a corto plazo, generalmente son a largo plazo, debe de esperarse algunos años para apreciar sus beneficios.
- Si la organización no cuenta con toda la información necesaria, se pone en peligro el éxito del proceso de la planeación.

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION**

## **CAPITULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION**

#### **3.1 OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACION.**

Reunir la información pertinente para la formulación de un Plan Estratégico que contribuya al desarrollo ecoturístico del Municipio de Concepción Batres.

#### **3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS DE LA INVESTIGACION:**

##### **3.2.1 Para Habitantes:**

- 1) Determinar los beneficios que obtendrían los habitantes con el desarrollo ecoturístico de Concepción Batres.
- 2) Conocer la opinión de los habitantes del Municipio sobre el ecoturismo, como una alternativa de desarrollo económico.
- 3) Determinar si los habitantes del Municipio conocen los puntos turísticos de la zona.

### **3.2.2 Para turistas Potenciales:**

- 1) Conocer si el ecoturismo es atractivo para los turistas potenciales.
- 2) Determinar si los turistas potenciales conocen acerca de puntos turísticos en Concepción Batres.
- 3) Identificar los factores que podrían motivar a los turistas potenciales visitar Concepción Batres.
- 4) Identificar que factores podrían desmotivar a los turistas potenciales visitar Concepción Batres.

### **3.2.3 Para Autoridades Locales:**

- 1) Determinar si las autoridades locales tienen interés en el desarrollo de proyectos ecoturísticos en el Municipio.
- 2) Conocer los obstáculos que limitan el desarrollo ecoturístico en Concepción Batres.
- 3) Determinar si existe apoyo por parte de entidades gubernamentales y no gubernamentales idóneas, para el desarrollo de proyectos ecoturísticos en el Municipio.

### **3.3 HIPOTESIS DE LA INVESTIGACION.**

#### **3.3.1 Hipótesis General:**

La información oportuna para la formulación del Plan Estratégico contribuirá de forma directa al desarrollo ecoturístico del Municipio de Concepción Batres.

#### **3.3.2 Hipótesis Específicas:**

- **Para los Habitantes:**

**H1:** Es importante para los habitantes de Concepción Batres el desarrollo ecoturístico.

**H2:** La opinión de los habitantes del Municipio de concepción Batres es favorable en relación al ecoturismo, como alternativa de desarrollo económico.

**H3:** No hay conocimiento en los habitantes acerca de los puntos turísticos que posee el Municipio.

- **Para los Turistas Potenciales:**

**H1:** El ecoturismo es atractivo para los turistas potenciales.

**H2:** Los turistas potenciales no conocen los atractivos turísticos de Concepción Batres.

**H3:** Los turistas potenciales están motivados a visitar el Municipio de Concepción Batres.

### **3.4 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.**

#### **3.4.1 Tipo de Estudio.**

El tipo de estudio a utilizar en la presente investigación será exploratorio, ya que se trata de un tema poco investigado, del cual se poseen pocos antecedentes, y se desea determinar como se ha abordado anteriormente la situación.

#### **3.4.2 Recolección de Datos.**

Para la recolección de información se hará a través de la técnica de la encuesta aplicando la entrevista mediante un cuestionario (Ver Anexo 1 y 2) y se utilizará además una guía de entrevistas (Ver Anexo 3).

Ambos constarán de una serie de preguntas con el fin de obtener la información necesaria.

La entrevista se realizará únicamente a las autoridades locales y el cuestionario estará dirigido a los habitantes del Municipio y a los turistas potenciales, para conocer los diferentes aspectos necesarios para formular un Plan Estratégico.

### **3.4.3 Tratamiento de los datos.**

La presentación de los datos y resultados se hará por medio del Método estadístico.

## **3.5 TIPOS DE INFORMACION.**

### **3.5.1 Datos Primarios.**

- Información recolectada de los habitantes del Municipio de Concepción Batres, de los turistas potenciales, así como también de las Autoridades locales.
- Información sobre la ubicación de las posibles rutas y atracciones ecoturísticas del Municipio de Concepción Batres.
- Información sobre el presupuesto con el que cuenta la Municipalidad para la implementación de un Plan Estratégico.

- Información sobre posibles entidades que podrían patrocinar el ecoturismo en el Municipio.
- Corporación Salvadoreña del Turismo (CORSATUR).

### **3.5.2 Datos Secundarios.**

- Datos estadísticos relacionados con la población del Municipio de Concepción Batres.
- Información bibliográfica relacionada con el ecoturismo y la planeación estratégica.

### **3.5.3 Fuentes Primarias.**

- Habitantes de la zona, los turistas potenciales y las Autoridades del Municipio.
- Corporación Salvadoreña del Turismo (CORSATUR)
- Alcaldía Municipal de Concepción Batres.

### **3.5.4 Fuentes Secundarias.**

- Dirección General de Estadísticas y censos (DIGESTYC).
- Información recopilada de libros, revistas, folletos, periódicos, publicaciones e Internet.

### **3.6 POBLACION A INVESTIGAR.**

Para efectos de dicha investigación se considerarán 3 universos:

- 1- Los habitantes del Municipio
- 2- Las autoridades del Municipio
- 3- Los turistas potenciales

### **3.7 TAMAÑO DE LA MUESTRA.**

Para establecer la muestra de la investigación se determinó que por ser un número ilimitado en el caso de los habitantes del Municipio y los turistas potenciales se realizará por el cálculo de la fórmula de la población infinita, y para el caso de las Autoridades Locales por ser un número limitado de personas se utilizará la fórmula de la población finita.

- **Determinación del Universo (Habitantes)**

**Universo:** 10,496 habitantes del Municipio de Concepción Batres.

**Elemento:** Plan Estratégico

**Unidad de Análisis:** zonas urbanas y rurales del Municipio de Concepción Batres.

**Unidad de entrevista:** habitantes de las zonas urbanas y rurales del Municipio.

**Ámbito:** Municipio de Concepción Batres.

**Perfil:** Hombres y Mujeres entre las edades de 15 a 60 años, de todas las clases sociales residentes del Municipio.

- **Determinación del Universo (Autoridades Municipales)**

**Universo:** 12 personas de la Alcaldía Municipal de Concepción Batres.

**Elemento:** Plan Estratégico

**Unidad de Análisis:** Alcaldía Municipal de Concepción Batres.

**Unidad de entrevista:** personas que laboran dentro de la Alcaldía Municipal de Concepción Batres.

**Ámbito:** Municipio de Concepción Batres.

**Perfil:** Se entrevistará a todas las autoridades Municipales.

- **Determinación del Universo (Turistas Potenciales)**

**Universo:** Infinito

**Elemento:** Plan Estratégico

**Unidad de Análisis:** Zonas Urbanas de las ciudades de San Miguel, Santa Ana, Usulután y San Salvador.

**Unidad de entrevista:** personas que cumplan con el perfil que se desea atraer.

**Ámbito:** Principales ciudades de El Salvador (San Miguel, Santa Ana, Usulután y San Salvador).

**Perfil:** Hombres y mujeres de 15 a 60 años de edad, de todas las clases sociales, que gusten del ecoturismo y actividades afines.

### **3.8 DELIMITACION DE LA MUESTRA**

La población a investigar será de ambos géneros distribuidos en un porcentaje aleatorio. Cuyas edades están comprendidas entre los 15 y 60 años de diversas ocupaciones.

#### **3.8.1 Cálculo de Muestra.**

##### **- Habitantes del Municipio.**

Debido a que los habitantes del Municipio sobrepasan las 10,000 personas se utilizará la fórmula del universo infinito.<sup>19</sup>

##### **Universo Infinito**

$$\text{Fórmula: } n = \frac{Z^2 * p * q}{E^2}$$

Z = Valor de desviación estándar

n = Tamaño de la muestra

P = Probabilidad de éxito o aceptación

Q = Probabilidad de fracaso o no aceptación

E = Error muestral máximo

---

<sup>19</sup> Shao Stephen; Estadística para Economistas y Administración de Empresas; Mc Graw Hill; México, 1978. Pág. 373

Sustituyendo en formula, se obtiene:

$$Z = 1.96$$

$$P = 0.5$$

$$Q = 0.5$$

$$E = 0.05$$

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{E^2} = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(0.05)^2}$$

**n = 384 personas.**

#### **- Autoridades del Municipio.**

Debido a que las autoridades del Municipio son 12 personas, se hará un censo con el cual se le pasará la entrevista a todos.

#### **- Turistas Potenciales.**

#### **Universo Infinito**

$$\text{Fórmula: } n = \frac{Z^2 * p * q}{E^2}$$

Z = Valor de desviación estándar

n = Tamaño de la muestra

P = Probabilidad de éxito o aceptación

Q = Probabilidad de fracaso o no aceptación

E = Error muestral máximo

Sustituyendo en fórmula, se obtiene:

$$Z = 1.96$$

$$P = 0.5$$

$$Q = 0.5$$

$$E = 0.05$$

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{E^2} = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5)}{(0.05)^2}$$

**n = 384 personas.**

El universo que se investigará esta representado por las tres principales ciudades del país: Santa Ana, San Salvador, San Miguel, y se tomará en cuenta la ciudad de Usulután debido a que el Municipio en estudio se encuentra en tal Departamento.

Por lo cual se ha realizado una distribución porcentual para determinar el número de personas a entrevistar, como lo muestra el cuadro siguiente:<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> Fuente: Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC). Censo de 1992, con proyecciones al año 2005.

<b>Departamentos</b>	<b>Proyección de la población (2005)</b>	<b>%</b>	<b>Total de personas a encuestar</b>
Santa Ana	606,773	16.46%	63
San Salvador	2,198,193	59.62%	229
Usulután	347,855	9.44%	36
San Miguel	533,738	14.48%	56
<b>Total</b>	<b>3,686,559</b>	<b>100.00%</b>	<b>384</b>

### **3.9 LIMITANTES DE LA INVESTIGACION**

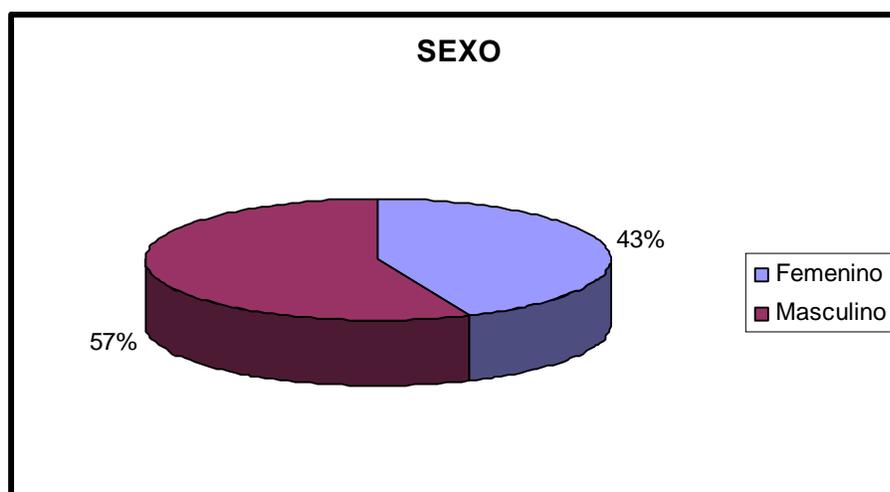
Debido a la amplitud y complejidad del estudio no se realizarán cálculos de presupuesto para cada eje estratégico en estudio.

### 3.10 ANALISIS DE RESULTADOS

#### HABITANTES DEL MUNICIPIO DE CONCEPCION BATRES

##### DATOS DE CLASIFICACION

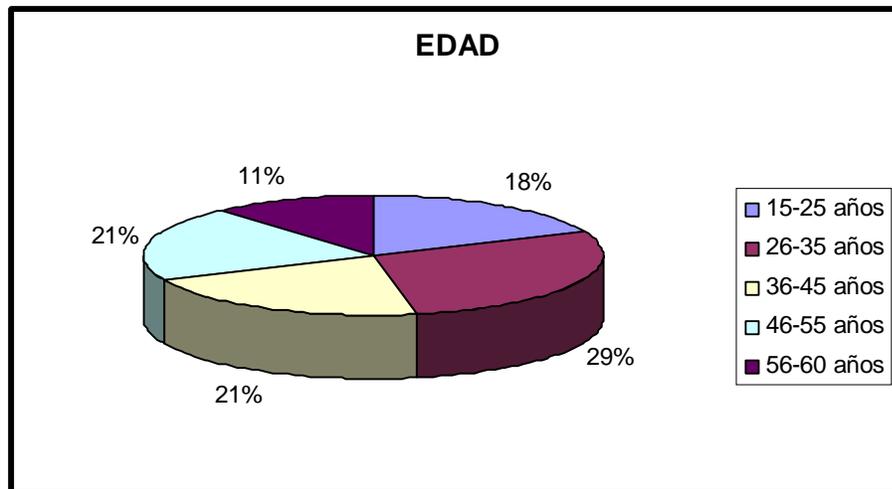
SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	167	43%
Femenino	217	57%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**ANALISIS:** El 57% de la población encuestada corresponde al sexo masculino y el 43% al sexo femenino.

## DATOS DE CLASIFICACION

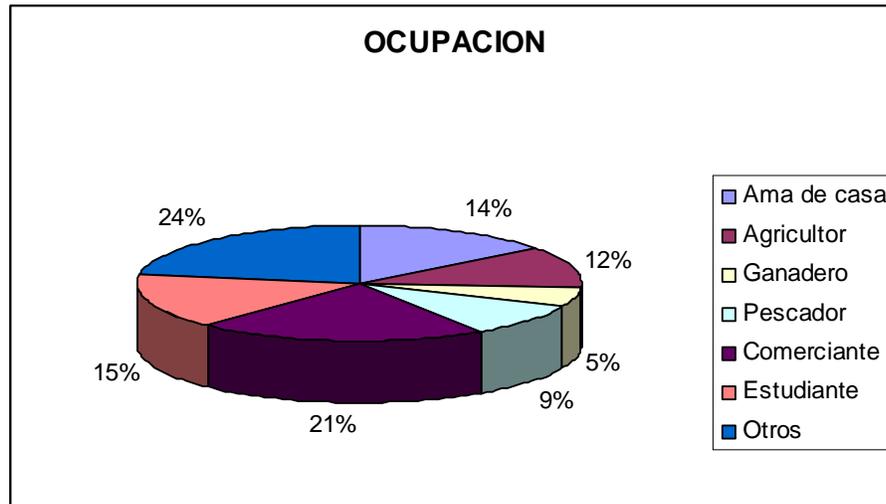
EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15-25 años	71	18%
26-35 años	109	29%
36-45 años	81	21%
46-55 años	79	21%
56-60 años	44	11%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**ANALISIS:** El 29 % de la muestra comprende de los 26 a 35 años, el 21% de los 36 a 45 años y 46 a 55 años, el 18% son de 15 a 25 años, y el 11% restante pertenece a personas de los 56 a 60 años.

## DATOS DE CLASIFICACION

OCUPACION	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ama de casa	55	14%
Agricultor	46	12%
Ganadero	21	5%
Pescador	35	9%
Comerciante	81	21%
Estudiante	58	15%
Otros	88	24%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100.00%</b>



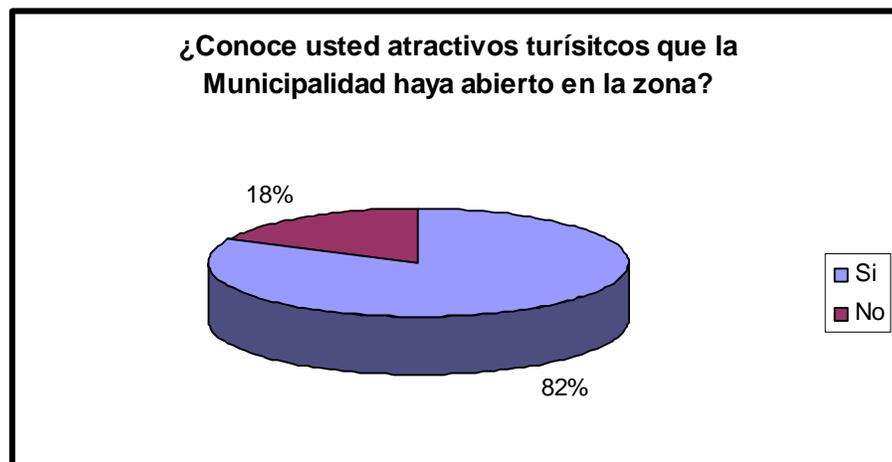
**ANALISIS:** De la muestra encuestada el 24% se encuentran en la categoría de otros (empleados, jubilados, maestros, etc.) 21% de las personas son comerciantes, 15% son estudiantes, 14% son amas de casa, 12% se dedican a la agricultura, 9% son pescadores y 5% son ganaderos.

### Pregunta No. 1

¿Conoce usted atractivos turísticos que la Municipalidad haya abierto en la zona?

**Objetivo:** identificar si la población del municipio de Concepción Batres conoce los lugares turísticos de la zona.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	315	82%
No	69	18%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**ANALISIS:** El 82% de la población conoce los atractivos turísticos que se han desarrollado en el Municipio, y el 18% restante no conoce los atractivos turísticos que posee el Municipio.

**HALLAZGOS:** El 82% de la población conoce de las diferentes alternativas turísticas de la zona, por lo que es alta la posibilidad de desarrollo de un proyecto nuevo.

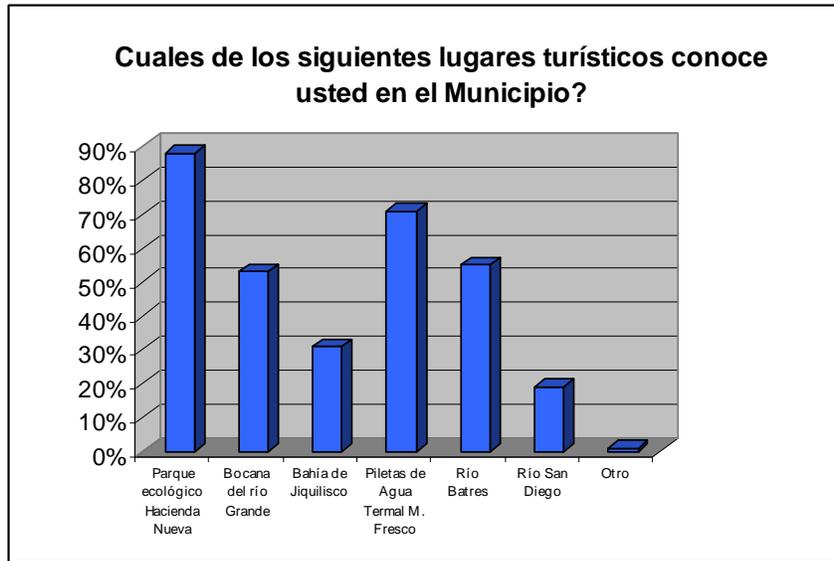
## Pregunta No. 2

¿Cuáles de los siguientes lugares turísticos conoce usted en el Municipio?

**Objetivo:** Identificar los lugares turísticos más conocidos por los habitantes del Municipio de Concepción Batres.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Parque ecológico Hacienda Nueva	278	88%
Bocana del río Grande	168	53%
Bahía de Jiquilisco	97	31%
Piletas de Agua Termal Monte Fresco	225	71%
Río Batres	172	55%
Río San Diego	61	19%
Otro	1	1%
<b>TOTAL</b>	<b>1002 / 315</b>	<b>+100%</b>

**Nota:** El total de respuestas no coincide con el número de entrevistados por existir múltiples opciones. Se tomaron en cuenta los 315 entrevistados que conocen el Municipio.



**ANALISIS:** El 88% de los habitantes encuestados conocen el Parque Ecológico Hacienda Nueva, 71% las Piletas de Monte Fresco, 55% para Río Batres y la 53% Bocana del Río Grande, el 31% contesto la Bahía de Jiquilisco y el 19% restante conoce el Río San Diego.

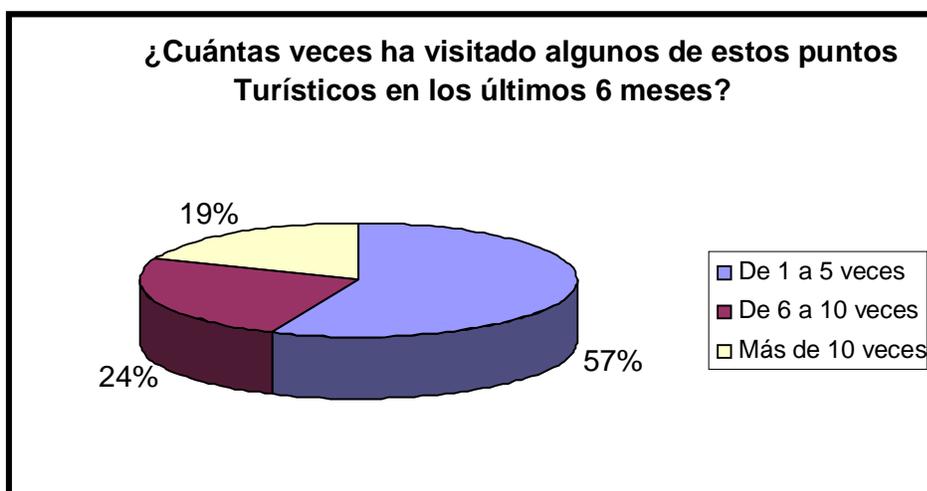
**HALLAZGOS:** De los lugares disponibles el 88% identifico al parque Ecológico Hacienda Nueva y el 71% las Piletas de Monte Fresco, los cuales cuentan con un diseño ecoturístico, y tienen alta probabilidad de seguir desarrollándose.

### Pregunta No. 3

¿Cuántas veces ha visitado algunos de estos puntos turísticos en los últimos 6 meses?

**Objetivo:** Determinar la frecuencia de visitas a los centros turísticos existentes.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 1 a 5 veces	178	57%
De 6 a 10 veces	77	24%
Más de 10 veces	60	19%
<b>TOTAL</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>



**ANALISIS:** El 57% de la población ha visitado en los últimos 6 meses los puntos turísticos de 1 a 5 veces, el 24% lo ha realizado de 6 a 10 veces y solo el 19% lo ha visitado más de 10 veces en los últimos seis meses.

**HALLAZGOS:** El nivel promedio de visitas que se realizan es de 1 a 5 veces con una población equivalente al 57%, lo cual nos indica que la mayoría de encuestados los frecuentan eventualmente.

#### Pregunta No. 4

¿Considera usted que existe información que de a conocer los puntos turísticos que posee el Municipio?

**Objetivo:** Identificar si existe información que de a conocer los puntos turísticos en el Municipio.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	120	38%
No	195	62%
<b>TOTAL</b>	<b>315</b>	<b>100%</b>



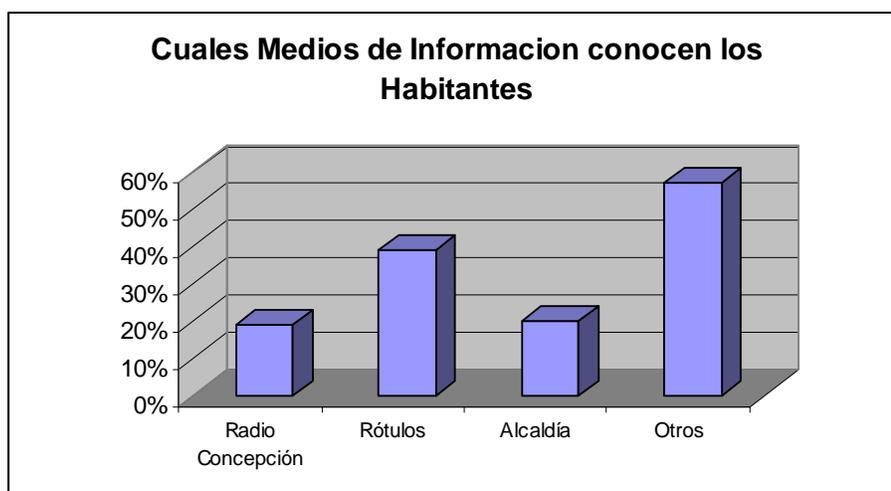
**ANALISIS:** El 62% de la muestra encuestada considera que no hay información que de a conocer los puntos turísticos en Concepción Batres, el 38% considera que si existe información.

**HALLAZGOS:** No existe información suficiente que de a conocer los puntos turísticos en el Municipio.

**¿A través de que medios de información supo de la existencia de los puntos turísticos del Municipio?**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Radio Concepción	23	19%
Rótulos	47	39%
Alcaldía	24	20%
Otros	68	57%
<b>TOTAL</b>	<b>162 / 120</b>	<b>+ 100%</b>

**Nota:** El total de respuestas no coincide con el número de entrevistados por existir múltiples opciones.



**ANALISIS:** El 57% de la población se ha enterado de los puntos turísticos del Municipio a través comentarios de familiares, amigos, red juvenil, contemplados en la opción de otros, el 39% por Rótulos, el 20% a través de la Alcaldía, y el 19% restante por medio de la Radio Concepción.

**HALLAZGOS:** La mayoría de la población encuestada se ha dado cuenta de los puntos turísticos a través de medios informales de comunicación como lo son comentarios de boca en boca.

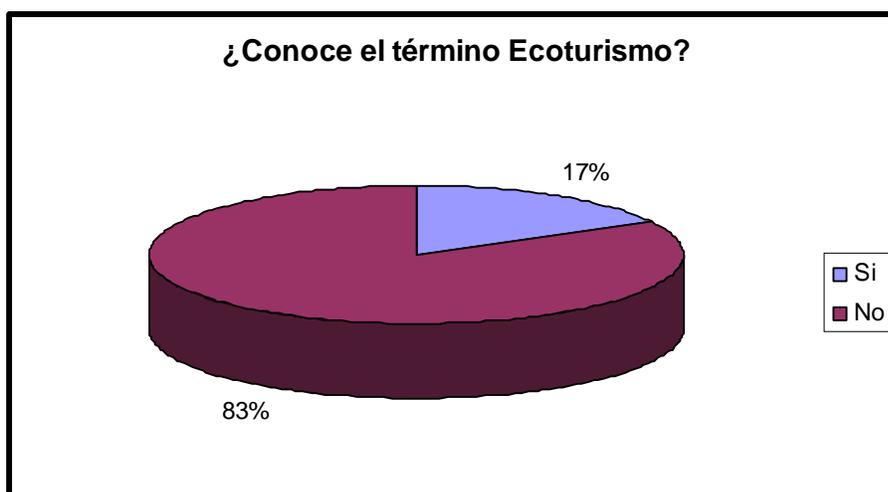
Siendo así insuficientes los canales de información formales que comunican a los habitantes la existencia de estos puntos turísticos.

### Pregunta No. 5

#### ¿Conoce el término Ecoturismo?

**Objetivo:** Conocer la cantidad de habitantes del Municipio que conocen el término “Ecoturismo”.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	66	17%
No	318	83%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**ANALISIS:** El 83% de los habitantes no conocen el termino ecoturismo, mientras que el 17% restante si lo conoce.

**HALLAZGOS:** La gran mayoría de los habitantes no están familiarizados con el término ecoturismo, por lo que existe el reto de educar a los habitantes en esta actividad.

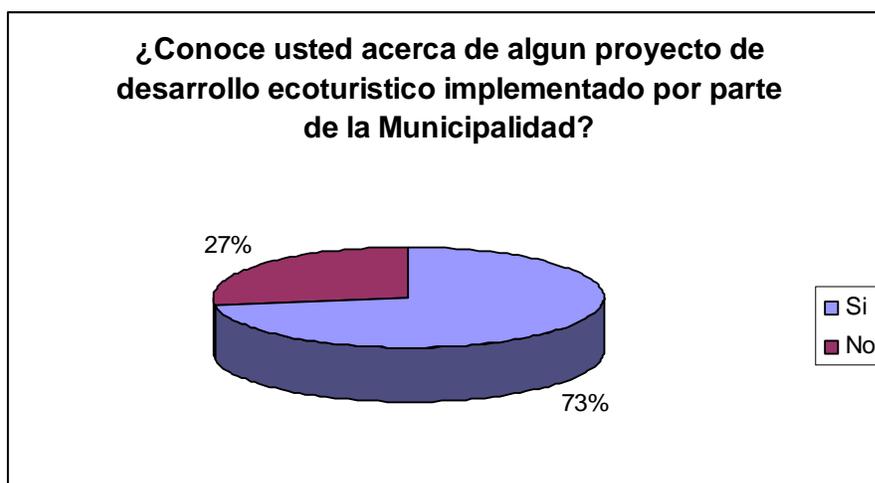
### Pregunta No. 6

**¿Conoce usted acerca de algún proyecto de desarrollo ecoturístico implementado por parte de la Municipalidad?**

**Objetivo:** Identificar si los habitantes del Municipio conocen los proyectos de desarrollo ecoturístico implementados por la Municipalidad.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	48	73%
No	18	27%
<b>TOTAL</b>	<b>66</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Se tomaron en cuenta los 66 entrevistados que conocen el término Ecoturismo.



**ANALISIS:** El 27% de las personas que conocen el termino ecoturismo no conoce ningún proyecto ecoturístico que la Municipalidad haya implementado en la zona, mientras que el 73% dijo si conocer proyectos ecoturísticos implementados en el Municipio.

**HALLAZGOS:** Existen proyectos ecoturísticos implementados por la Municipalidad conocidos por los habitantes familiarizados con el término.

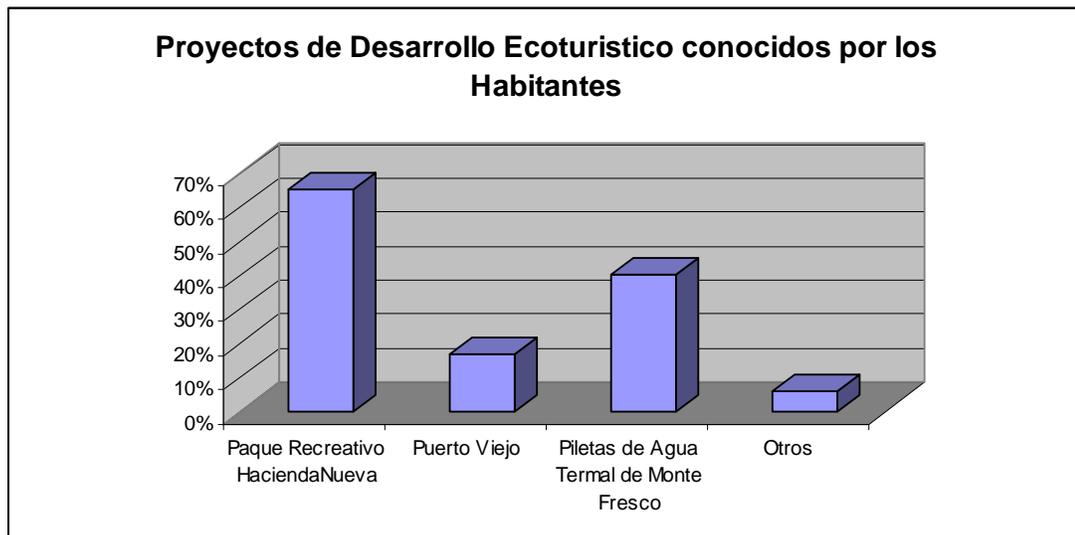
## Pregunta No. 7

¿Mencione cuales proyectos de desarrollo ecoturístico conoce?

**Objetivo:** Identificar los proyectos ecoturísticos conocidos en el Municipio.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Parque Recreativo Hacienda Nueva	31	65%
Puerto Viejo	8	17%
Piletas de Agua Termal de Monte Fresco	19	40%
Otros	3	6%
<b>TOTAL</b>	<b>61 / 48</b>	<b>+ 100%</b>

**Nota:** Se tomaron en cuenta los 48 entrevistados que tienen conocimiento de proyectos ecoturísticos implementados por la Municipalidad.



**ANALISIS:** El 65% conoce el Parque Ecológico Hacienda Nueva, el 40% las Piletas de Agua Termal de Monte Fresco, 17% Puerto Viejo y el 6% restante conoce otros lugares con potencial eco turístico.

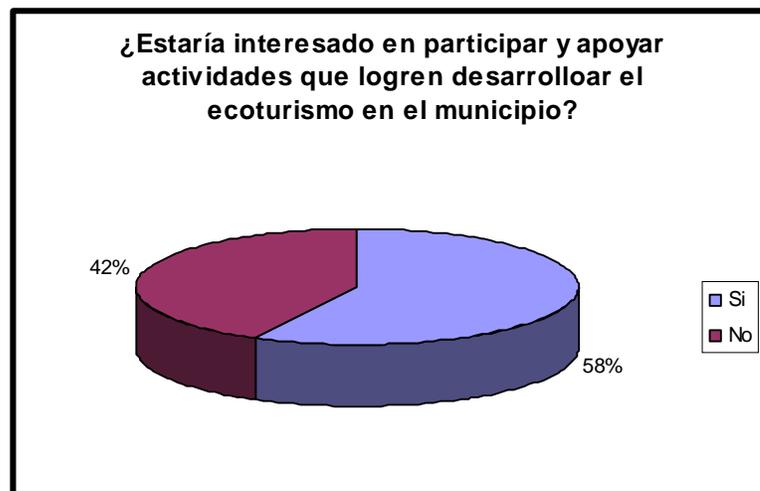
**HALLAZGOS:** Los proyectos ecoturísticos implementados por la Municipalidad más conocidos por los habitantes son; el Parque Ecológico Hacienda Nueva y las Piletas de Agua Termal de Monte Fresco, siendo éstos, lugares con alto potencial de desarrollo ecoturístico.

### Pregunta No. 8

¿Estaría interesado en participar y apoyar actividades que logren desarrollar el ecoturismo en el Municipio?

**Objetivo:** Conocer el nivel de interés por parte de los habitantes en participar y apoyar actividades ecoturísticas en el Municipio.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	221	58%
No	163	42%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

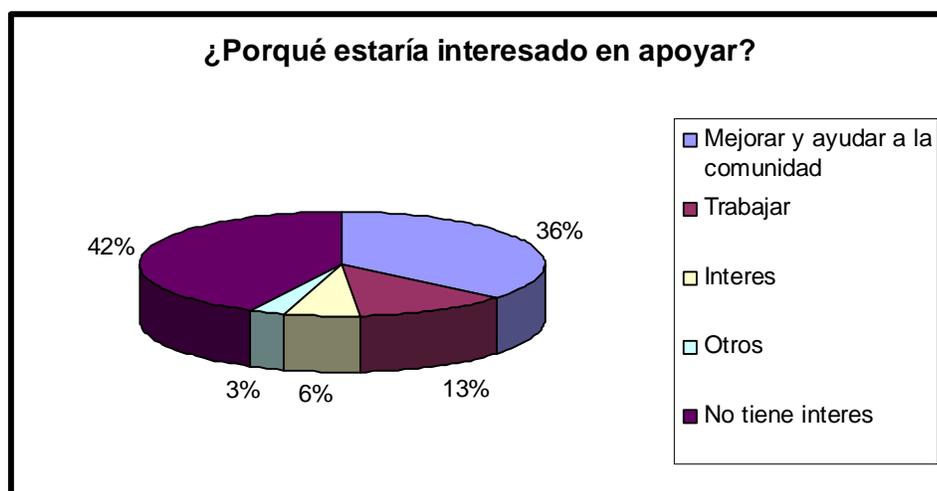


**ANALISIS:** El 58% de la población está interesado en apoyar y participar en actividades que desarrollen el ecoturismo, mientras que el 42% no le interesa.

**HALLAZGOS:** Existe interés por parte de los habitantes en apoyar proyectos de desarrollo ecoturístico en el Municipio, por lo que existe la alta probabilidad que la Municipalidad implemente proyectos de este tipo en la zona, contando con el respaldo de la comunidad.

**¿Por qué apoyaría y participaría en actividades que desarrollen el ecoturismo en el Municipio?**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Mejorar y ayudar a la comunidad	139	36%
Trabajar	48	13%
Interés	23	6%
Otros	11	3%
No tiene interés	163	42%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**ANALISIS:** El 36% apoyaría a la Municipalidad en el desarrollo de proyectos ecoturísticos con el motivo de mejorar y ayudar a la comunidad, 13% lo haría por trabajo, 6% porque le interesa y el 3% restante por otras razones.

El 42% de los habitantes no tiene interés en apoyar a la Municipalidad en proyectos ecoturísticos.

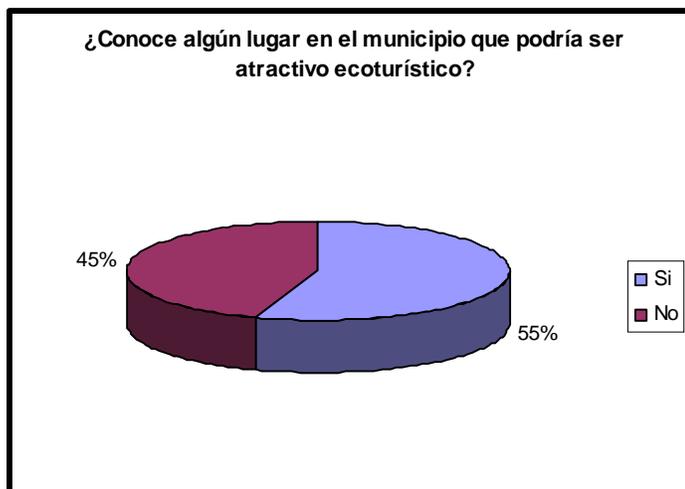
**HALLAZGOS:** De las personas que están interesados en apoyar a la Municipalidad, la mayoría lo haría por ayudar y beneficiar a la comunidad y en segundo lugar porque habría más fuentes de trabajo.

### Pregunta No. 9

¿Conoce algún lugar en el Municipio que podría ser atractivo ecoturístico?

**Objetivo:** Determinar el porcentaje de habitantes que conocen lugares en el Municipio que cuentan con potencial ecoturístico.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	212	55%
No	172	45%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**ANALISIS:** El 55% de los encuestados conocen lugares que podrían ser atractivos ecoturísticos en la zona, mientras que el 45% no reconoció ningún lugar con dicho potencial.

**HALLAZGOS:** Se determinó que el Municipio cuenta con lugares que los habitantes reconocen como posibles atractivos ecoturísticos,

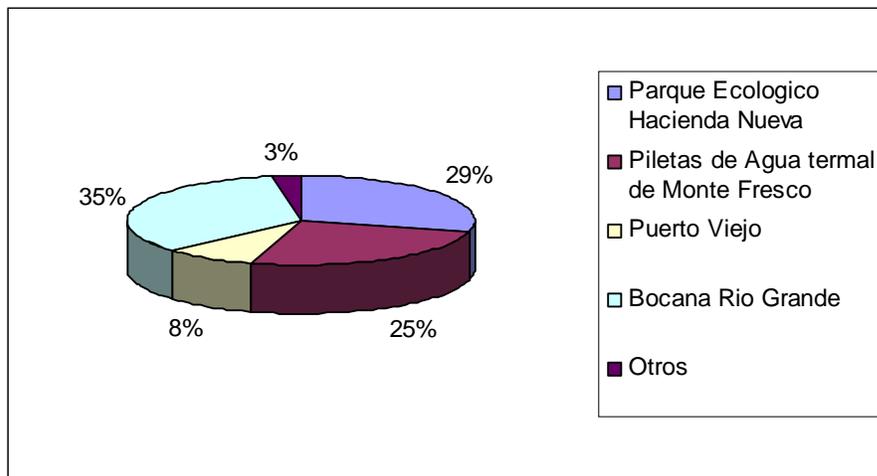
### Pregunta No. 10

Mencione el lugar o lugares que podrían ser atractivos ecoturísticos en el Municipio.

**Objetivo:** Identificar los lugares con potencial ecoturístico dentro del Municipio.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Parque Ecológico Hacienda Nueva	62	29%
Piletas de Agua termal de Monte Fresco	54	25%
Puerto Viejo	18	8%
Bocana Río Grande	72	35%
Otros	6	3%
<b>TOTAL</b>	<b>212</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Se tomaron en cuenta los 212 entrevistados que identificaron algún lugar del Municipio como un posible atractivo turístico.



**ANALISIS:** EL 35% de la población identifican a la Bocana del Río Grande como un posible lugar ecoturístico, el 29% el Parque Ecológico Hacienda Nueva, el 25% las Piletas de Monte Fresco, 8% Puerto Viejo y el 3% restante en la categoría de otro.

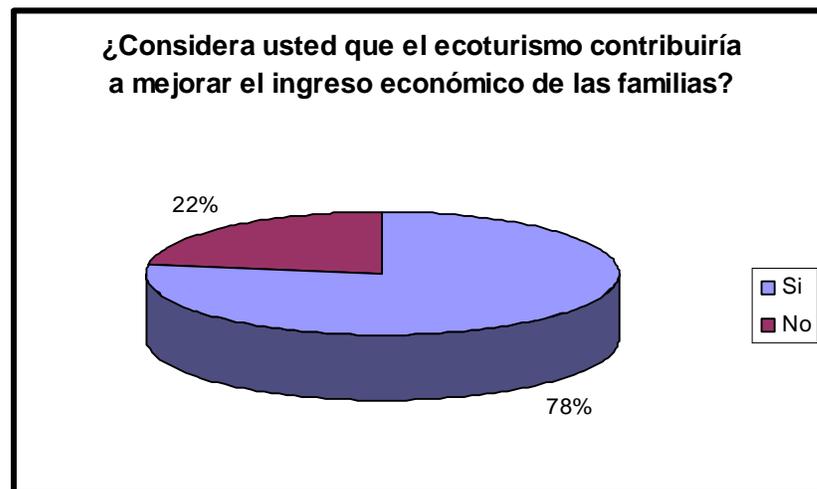
**HALLAZGOS:** La mayoría de personas considera que la Bocana del Río Grande es el lugar del Municipio con mayores posibilidades de desarrollo ecoturístico. En segundo y tercer lugar el Parque Ecológico Hacienda Nueva y las Piletas de Agua Termal de Monte Fresco respectivamente.

### Pregunta No. 11

¿Considera usted que el ecoturismo contribuiría a mejorar el ingreso económico de las familias?

**Objetivo:** Determinar si los habitantes consideran al ecoturismo como una opción para mejorar el ingreso económico en las familias del Municipio.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	298	78%
No	86	22%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

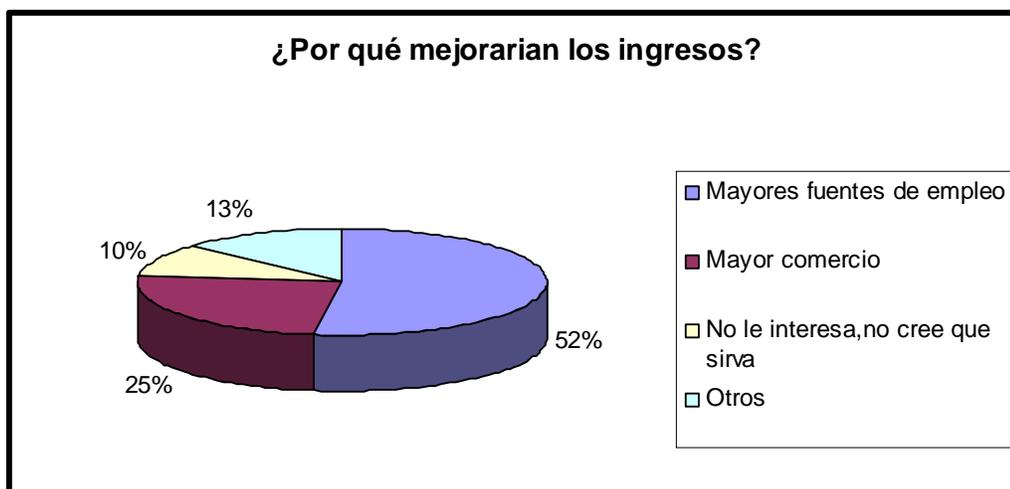


**ANALISIS:** El 78% de las personas encuestadas considera que el ecoturismo sí mejoraría los ingresos familiares, mientras que el 22% está en desacuerdo.

**HALLAZGOS:** La gran mayoría de los habitantes considera al ecoturismo como una opción para mejorar sus ingresos familiares, abriéndose la posibilidad de recibir el apoyo de la población al presentarse la oportunidad de desarrollar proyectos ecoturísticos.

**¿Por qué el ecoturismo mejoraría los ingresos económicos de las familias?**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Mayores fuentes de empleo	199	52%
Mayor comercio	94	25%
No le interesa, no cree que sirva	39	10%
Otros	52	13%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**ANALISIS:** El 52 % de las personas consideran que desarrollar el ecoturismo en el Municipio crearía mayores fuentes de empleo, 25% estima que se incrementarían las ventas y negocios, el 13% considera que mejorarían los ingresos de las familias por otras razones como mayor flujo de turistas y el 10% no le interesa o no cree en la idea.

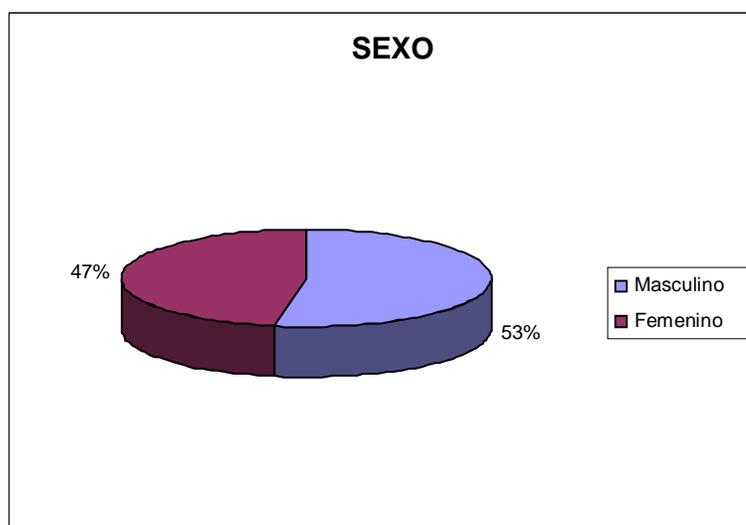
**HALLAZGOS:** El mayor porcentaje de la población considera que el ecoturismo mejoraría el ingreso en las familias ya que habrían mayores fuentes de empleo y se vería incrementado el comercio.

### 3.11 ANALISIS DE RESULTADOS

#### TURISTAS POTENCIALES

##### DATOS DE CLASIFICACION

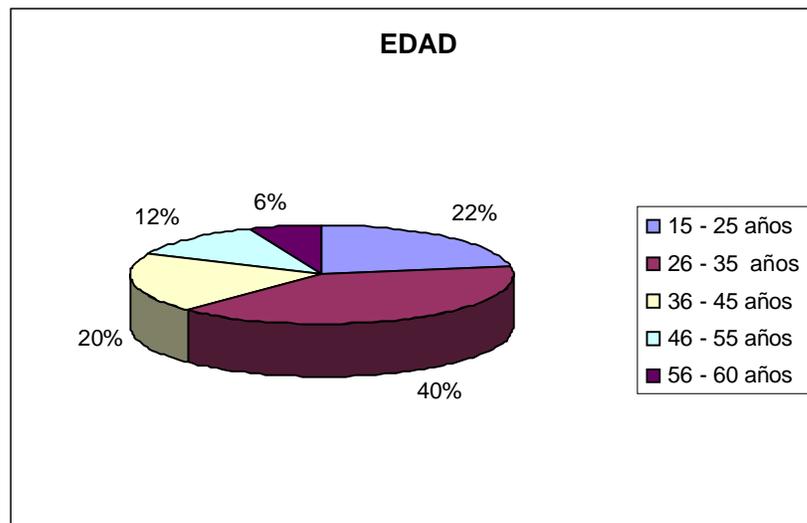
SEXO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	203	53%
Femenino	181	47%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**ANALISIS:** El 53% de la población que se encuestó son del sexo masculino, por lo cual el 47 % corresponde al sexo femenino.

## DATOS DE CLASIFICACION

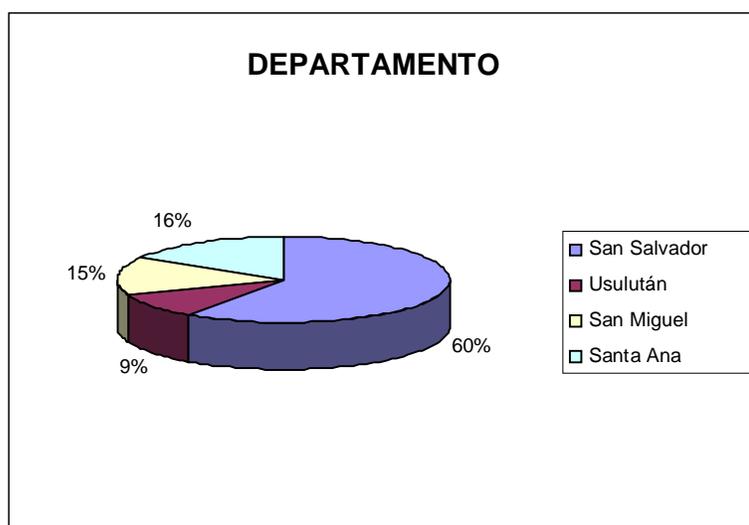
EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
15 - 25 años	85	22%
26 - 35 años	154	40%
36 - 45 años	76	20%
46 - 55 años	45	12%
56 - 60 años	24	6%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**ANALISIS:** El 40% de la población encuestada se encontraba entre los 26 a 35 años, el 22% eran de 15 a 25 años, el 20% correspondía a hombres y mujeres entre los 36 y 45 años, el 12% eran entre 46 a 55 años y el 6% restante se encontraban entre los 56 a 60 años.

## DATOS DE CLASIFICACION

DEPARTAMENTO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
San Salvador	229	60%
Usulután	36	9%
San Miguel	56	15%
Santa Ana	63	16%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



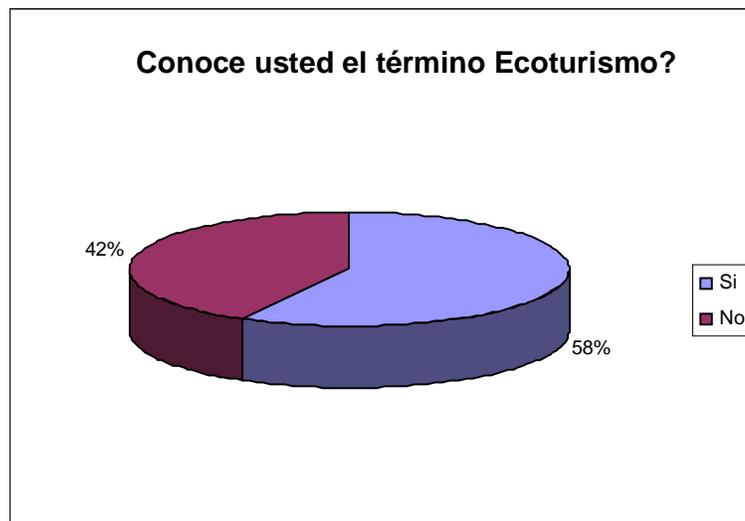
**ANALISIS:** De la población encuestada el 60% correspondió al Departamento de San Salvador, 16% a Santa Ana, 15% a San Miguel y el 9% al Departamento de Usulután.

### Pregunta No. 1

#### ¿Conoce usted el Ecoturismo?

**Objetivo:** Determinar el nivel de identificación con el concepto de Ecoturismo entre los turistas potenciales.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	223	58%
No	161	42%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**ANALISIS:** El 58% de los turistas potenciales encuestados contestaron que si conocen el termino ecoturismo, por lo cual el 42% restante contesto que no conocían el ecoturismo.

**HALLAZGOS:** No existe una diferencia significativa entre los turistas que están identificados con el término ecoturismo y los que no lo conocen.

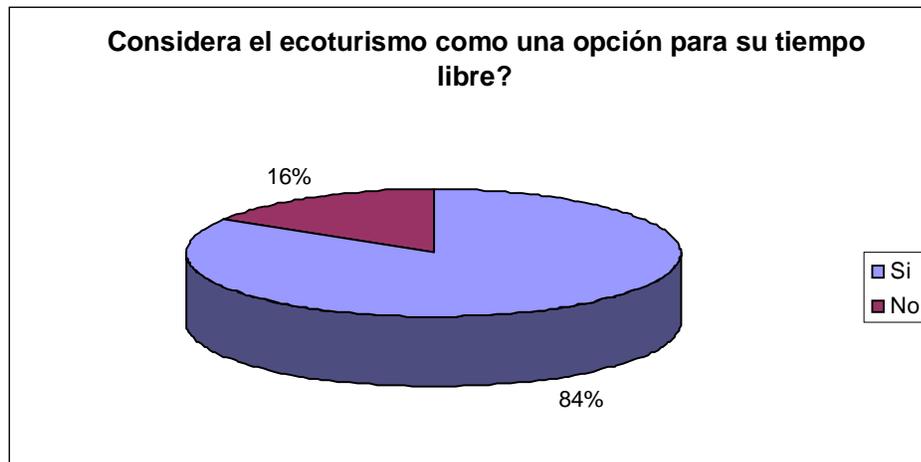
## Pregunta No. 2

¿Considera usted el ecoturismo como una opción para su tiempo libre?

**Objetivo:** Conocer que tan atractivo es el ecoturismo para los turistas.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	187	84%
No	36	16%
<b>TOTAL</b>	<b>223</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Se tomaron en cuenta los 223 entrevistados que conocen el Ecoturismo



**ANALISIS:** El 84% de la población encuestada considera al ecoturismo como una opción para su tiempo libre, es decir que es atractivo para ellos, por lo cual el 16% dijo no interesarle o no tomarlo como opción para su tiempo libre.

**HALLAZGOS:** La gran mayoría de los turistas consideran al ecoturismo como una opción para su tiempo libre, lo que abre las puertas para un futuro proyecto eco turístico.

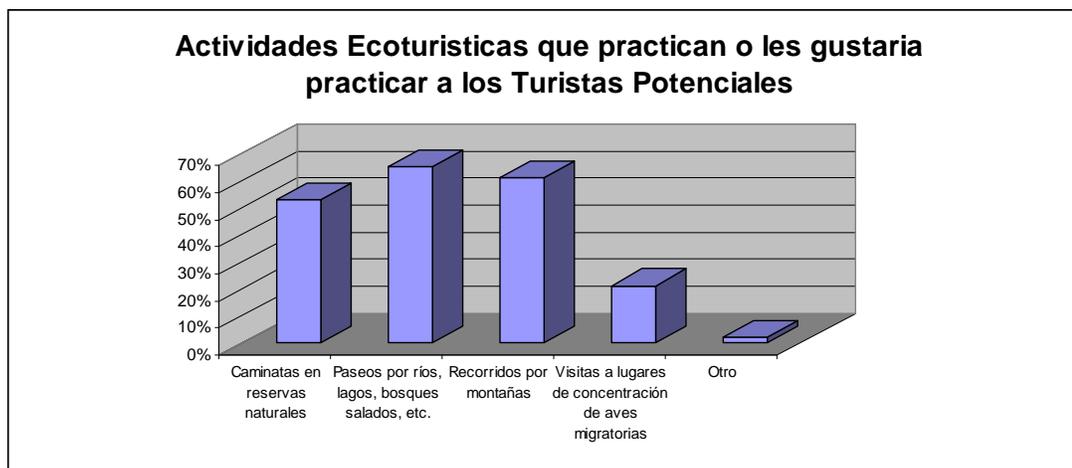
### Pregunta No. 3

¿De las siguientes actividades ecoturísticas cuales practica o le gustaría practicar?

**Objetivo:** Identificar la actividad ecoturística preferida por los turistas.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Caminatas en reservas naturales	118	53%
Paseos por ríos, lagos, bosques salados, etc.	145	65%
Recorridos por montañas	136	61%
Visitas a lugares de concentración de aves migratorias	46	21%
Otro	4	2%
<b>TOTAL</b>	<b>449 / 223</b>	<b>+ 100%</b>

**Nota:** El total de respuestas no coincide con el número de entrevistados por existir múltiples opciones. Se tomaron en cuenta los 223 entrevistados que conocen el Ecoturismo



**ANALISIS:** El 65% de las personas encuestadas les gusta los paseos por ríos y lagos, 61% gustan de los recorridos por montañas, 53% de ellos contestaron que les gusta las caminatas en reservas naturales, el 21% dijo sentirse atraído por las visitas a concentración de aves migratorias y el 2% se refirió a otros entre los que se encuentran acampar, kayaking entre otros.

**HALLAZGOS:** Los paseos por ríos y bosques salados son considerados como la principal opción ecoturística, seguido muy de cerca por los recorridos por montañas y las caminatas en reservas naturales.

#### Pregunta No. 4

¿Ha visitado usted el Municipio de Concepción Batres, Departamento de Usulután?

**Objetivo:** Determinar si los turistas potenciales conocen el Municipio de Concepción Batres.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	57	15%
No	327	85%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**ANALISIS:** El 85% de la población no conoce el Municipio de Concepción Batres, y el 15% restante si lo han visitado.

**HALLAZGOS:** Solamente una pequeña porción de la población encuestada conoce el Municipio, por lo que se abre la posibilidad de darlo a conocer.

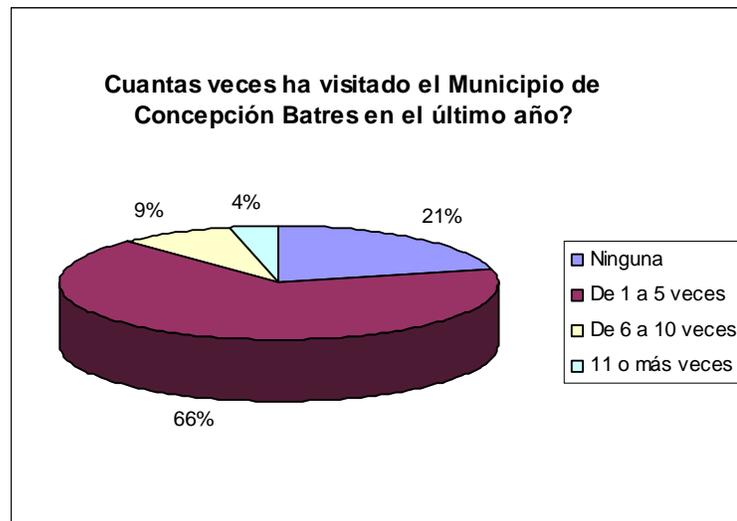
### Pregunta No. 5

¿Cuántas veces ha visitado el Municipio en el último año?

**Objetivo:** Determinar la frecuencia de visita al Municipio de Concepción Batres.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Ninguna	12	21%
De 1 a 5 veces	38	66%
De 6 a 10 veces	5	9%
11 o más veces	2	4%
<b>TOTAL</b>	<b>57</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Se tomaron en cuenta los 57 entrevistados que conocen el Municipio de Concepción Batres



**ANÁLISIS:** El 66% de la población encuestada ha visitado el Municipio en el último año con una frecuencia de 1 a 5 veces, el 21% no lo ha visitado en el último año, el 9% lo ha visitado de 6 a 10 veces.

Solamente el 4% ha visitado el Municipio más de 11 veces.

**HALLAZGOS:** La gran mayoría de personas que visitaron el municipio en el último año lo hicieron de 1 a 5 veces, lo cual nos indica que la frecuencia de visita al Municipio es bastante baja.

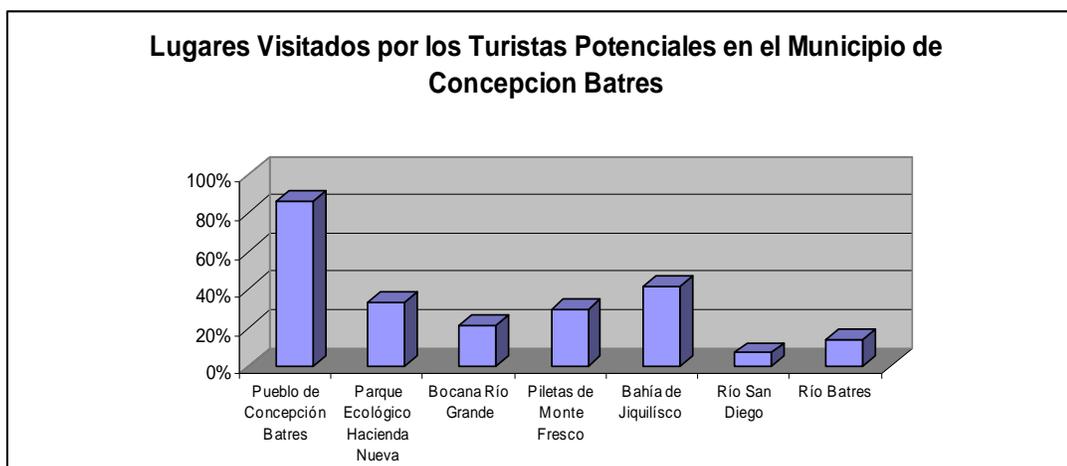
## Pregunta No. 6

¿Cuáles de los siguientes lugares de Concepción Batres ha visitado?

**Objetivo:** Identificar que lugares de Concepción Batres son los más visitados.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pueblo de Concepción Batres	49	86%
Parque Ecológico Hacienda Nueva	19	33%
Bocana Río Grande	12	21%
Piletas de Monte Fresco	17	30%
Bahía de Jiquilísco	24	42%
Río San Diego	4	7%
Río Batres	8	14%
<b>TOTAL</b>	<b>133 / 57</b>	<b>+ 100%</b>

**Nota:** El total de respuestas no coincide con el número de entrevistados por existir múltiples opciones. Se tomaron en cuenta los 57 entrevistados que conocen el Municipio de Concepción Batres.



**ANALISIS:** El 86% de los turistas que han visitado el Municipio lo han hecho al Pueblo, el 42% a la Bahía de Jiquilisco, el 33% al Parque Ecológico Hacienda Nueva, 30% corresponde a las visitas a las Piletas de Monte Fresco, la Bocana del Río Grande ha sido visitada por el 21% de la muestra, el 14% visita el Río Batres, teniendo el 7% restante a las visitas al Río San Diego.

**HALLAZGOS:** Los 3 lugares más visitados del Municipio son: en primer lugar el pueblo, en segundo lugar la Bahía de Jiquilisco, y en tercer lugar el Parque de la Hacienda Nueva.

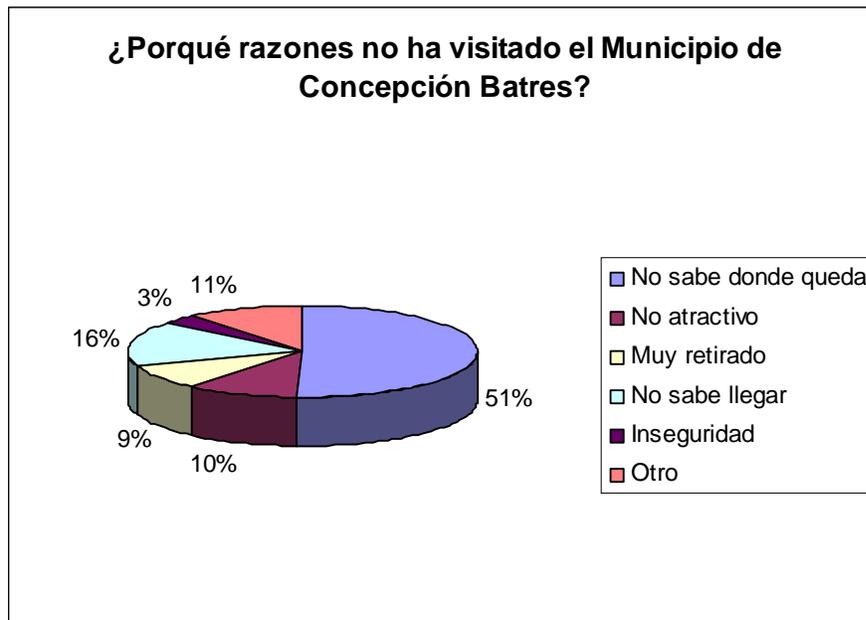
### Pregunta No. 7

¿Por qué razones no ha visitado el Municipio de Concepción Batres?

**Objetivo:** Identificar las razones por las que el Municipio no ha sido visitado.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No sabe donde queda	165	51%
No atractivo	34	10%
Muy retirado	29	9%
No sabe llegar	53	16%
Inseguridad	11	3%
Otro	35	11%
<b>TOTAL</b>	<b>327</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Se tomaron en cuenta los 327 entrevistados que no conocen el Municipio de Concepción Batres.



**ANALISIS:** El 51% de los turistas que se encuestó no saben donde queda el Municipio, el 16% no sabe como llegar, el 11% corresponde a la categoría de otros, entre los que se encuentran factores como: no hay interés, no ha tenido tiempo, no tiene la oportunidad, etc.

El 9% y 10% correspondió a que se encuentra muy retirado y que piensan que hay inseguridad en la zona respectivamente, y el 3% restante dijo que no lo había visitado debido a la falta de atractivos turísticos.

**HALLAZGOS:** La mayoría de los encuestados no han visitado el Municipio de Concepción Batres debido a que no saben adonde queda, seguido por un 16% que no sabe como llegar.

### Pregunta No. 8

¿Estaría interesado en visitar el Municipio de Concepción Batres?

**Objetivo:** Determinar el grado de interés de los turistas por visitar el Municipio de Concepción Batres.

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	299	78%
No	85	22%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



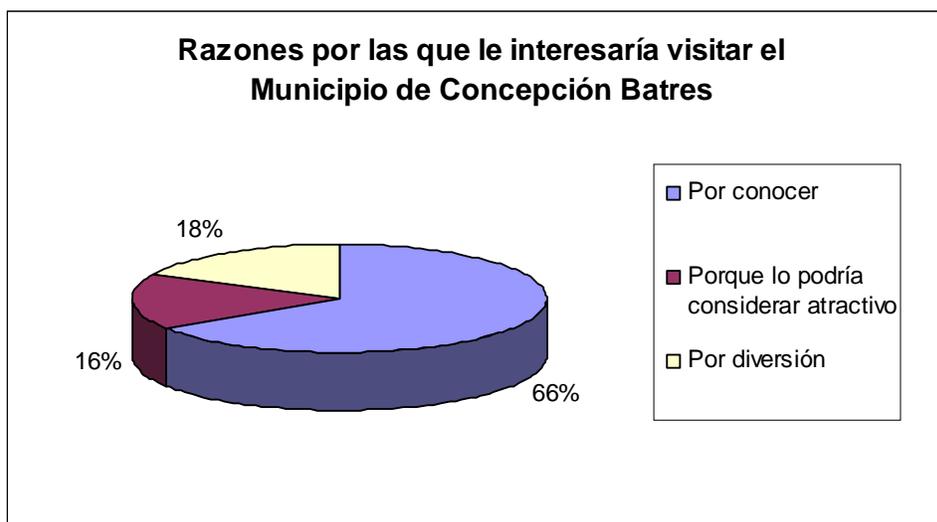
**ANALISIS:** El 78% de las personas están interesadas en visitar y conocer el Municipio de Concepción Batres y el 22% restante no están interesados en visitarlo.

**HALLAZGOS:** Se concluye que existe un alto grado de interés por parte de los turistas en visitar el Municipio de Concepción Batres, por lo que se abre la posibilidad de desarrollar el ecoturismo en la zona.

### Razones por las que le interesaría a los turistas potenciales visitar el Municipio de Concepción Batres

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Por conocer	197	66%
Porque lo podría considerar atractivo	49	16%
Por diversión	53	18%
<b>TOTAL</b>	<b>299</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Se tomaron en cuenta los 299 entrevistados que estarían interesados en visitar el Municipio de Concepción Batres.



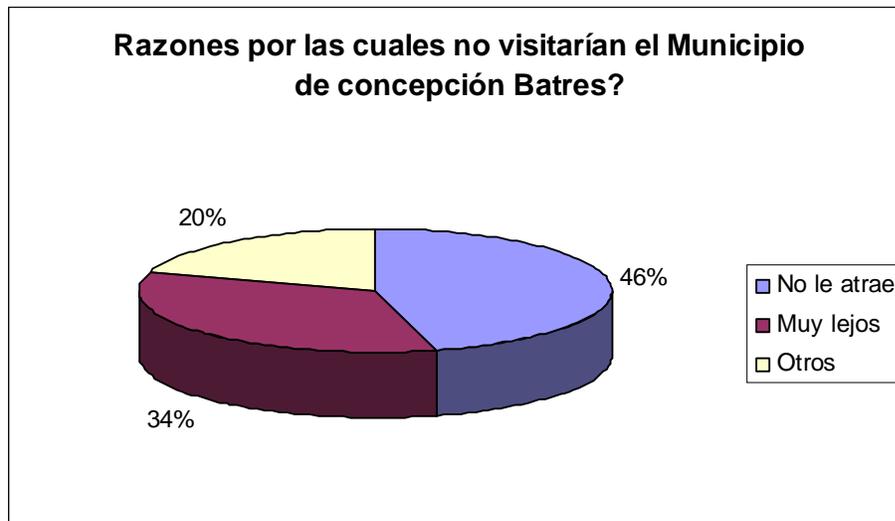
**ANALISIS:** El 66% de la población esta interesado en visitar el Municipio por conocerlo, el 18% lo haría por diversión, y el 16% porque lo podrían considerar atractivo.

**HALLAZGOS:** La mayoría de personas que visitarían el municipio lo harían por conocerlo y en segundo lugar por diversión, lo que nos indica que hay un alto grado de curiosidad por conocer el municipio.

**Razones por las cuales no le interesaría a los turistas potenciales  
visitar el Municipio de Concepción Batres.**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
No le atrae	39	46%
Muy lejos	29	34%
Otros	17	20%
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

**Nota:** Se tomaron en cuenta los 85 entrevistados que no estarían interesados en visitar el Municipio de Concepción Batres.



**ANALISIS:** El 46% de la población que no está interesado en visitar el Municipio es debido a que no le atrae, 34% porque considera que se encuentra muy lejos, y el 20% restante en otros.

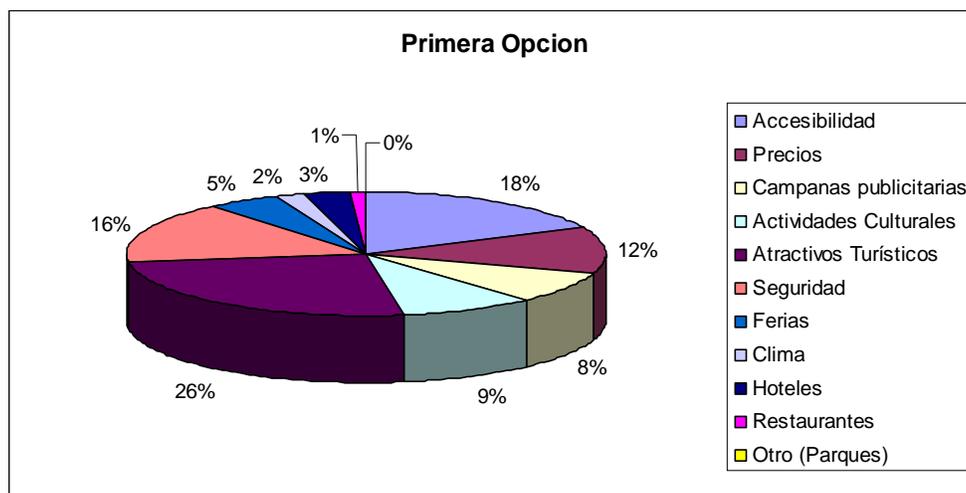
**HALLAZGOS:** Las principales razones por las que no existe interés por visitar el municipio son porque no le atrae o porque queda demasiado lejos respectivamente.

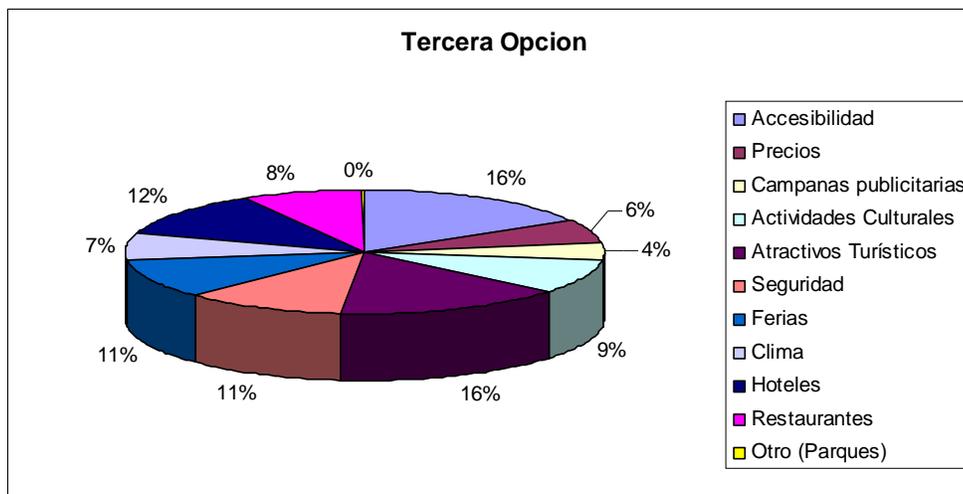
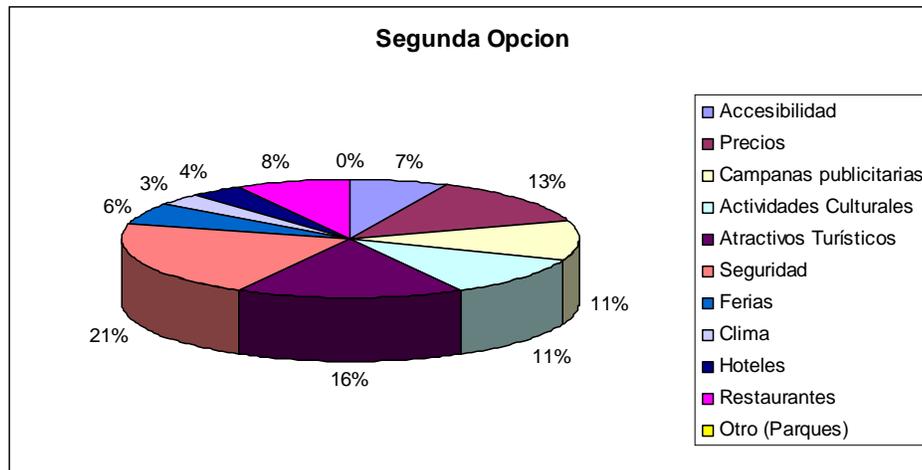
### Pregunta No. 9

Marque los 3 principales factores que harían de Concepción Batres un destino ecoturístico atractivo. (Favor marcarlos en orden de importancia: 1ª más importante, 2ª más importante y 3ª más importante)

Objetivo: Identificar los principales factores que harían atractivo a Concepción Batres como un destino ecoturístico.

	1º factor	%	2º factor	%	3º factor	%
Accesibilidad	71	18%	27	7%	63	16%
Precios	45	12%	48	13%	24	6%
Campanas publicitarias	31	8%	43	11%	17	4%
Actividades Culturales	35	9%	43	11%	35	9%
Atractivos Turísticos	95	25%	62	16%	60	16%
Seguridad	63	16%	79	21%	42	11%
Ferías	18	5%	22	6%	41	11%
Clima	8	2%	13	3%	26	7%
Hoteles	13	3%	16	4%	45	12%
Restaurantes	5	1%	30	8%	31	8%
Otro (Parques)	0	0%	1	0%	1	0%
<b>TOTALES</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>





**ANALISIS:** El 25% de la población considera que los puntos turísticos son el principal factor, seguido por la seguridad con un 21% y en tercero con 16% por la accesibilidad para hacer de Concepción Batres un destino ecoturístico atractivo.

**HALLAZGOS:** La existencia y creación de puntos turísticos son el principal factor identificado por los turistas para hacer de Concepción Batres un destino ecoturístico, tomando en cuenta la seguridad y accesibilidad de la zona.

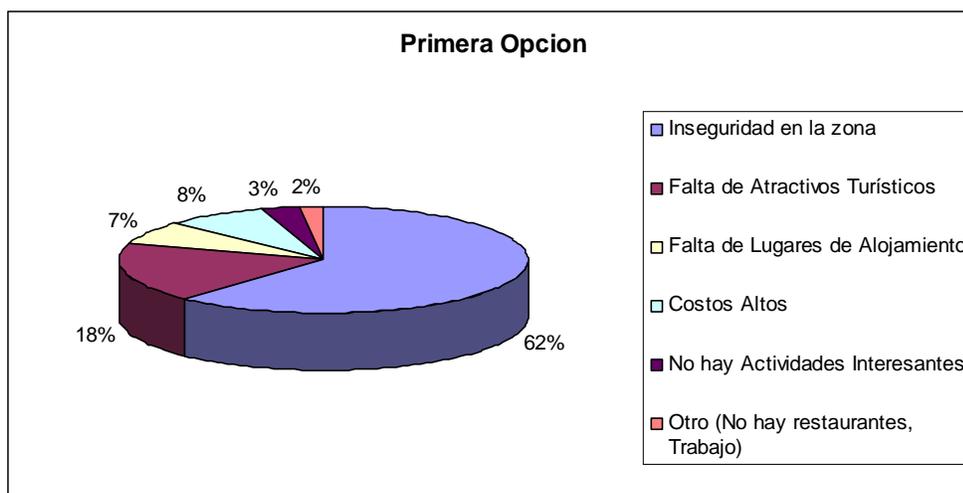
### Pregunta No. 10

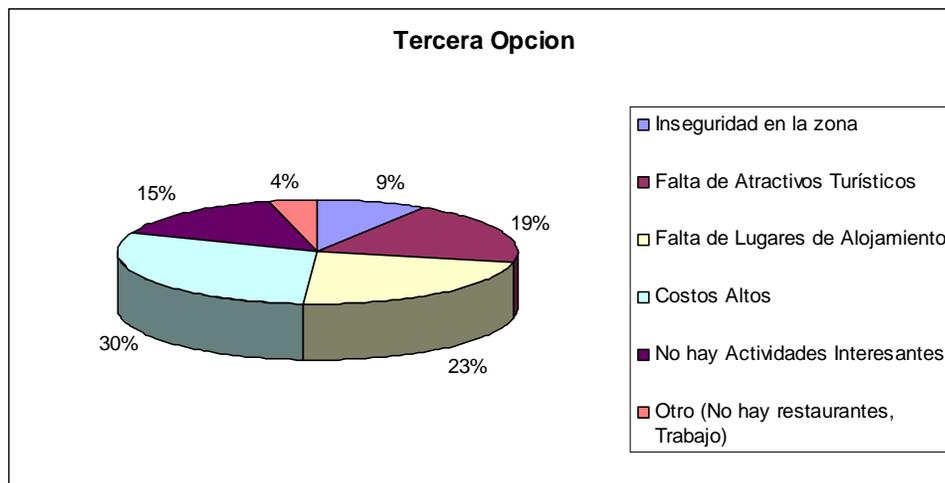
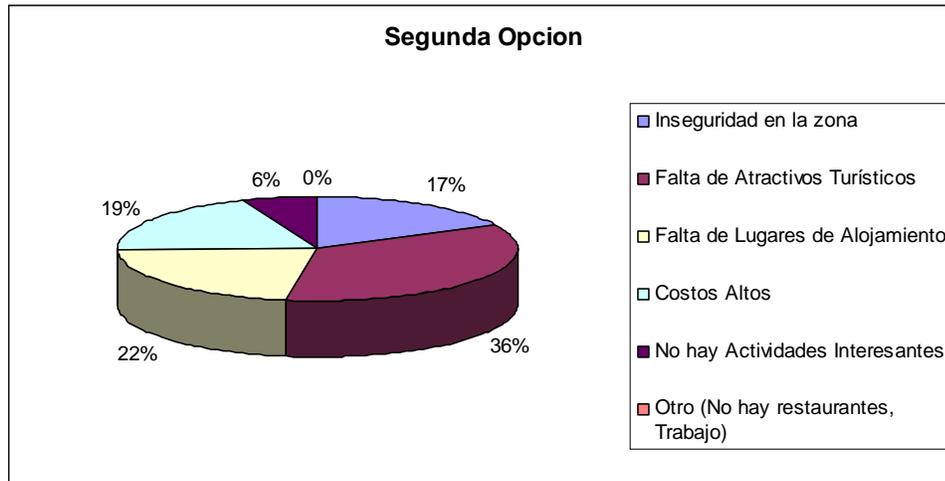
Indique los 3 principales factores que evitarían que usted visitara el Municipio de Batres?

(Favor marcarlos en orden de importancia: 1ª más importante, 2ª más importante y 3ª más importante)

Objetivo: Identificar los factores que reducirían el flujo de turistas al Municipio.

	1º factor	%	2º factor	%	3º factor	%
Inseguridad en la zona	238	62%	67	17%	34	9%
Falta de Atractivos Turísticos	69	18%	135	35%	73	19%
Falta de Lugares de Alojamiento	25	7%	84	22%	89	23%
Costos Altos	32	8%	73	19%	117	30%
No hay Actividades Interesantes	12	3%	24	6%	56	15%
Otro (No hay restaurantes, Trabajo)	8	2%	1	0%	15	4%
<b>TOTALES</b>	<b>384</b>	<b>100</b>	<b>384</b>	<b>100</b>	<b>384</b>	<b>100</b>





**ANALISIS:** El 62% considera que el factor principal para evitar la visita a Concepción Batres es la falta de seguridad en la zona, el 35% contestó que la falta de atractivos sería el segundo factor y finalmente el tercer factor es costos altos que corresponde al 30%.

**HALLAZGOS:** Los turistas no visitarían el Municipio de Concepción Batres principalmente si hay inseguridad en la zona, así como también por la falta de atractivos turísticos y costos altos respectivamente.

### **3.12 ANÁLISIS DEL GUION DE ENTREVISTAS PARA AUTORIDADES LOCALES DEL MUNICIPIO DE CONCEPCION BATRES.**

La mayoría de los entrevistados concuerdan en que la empresa privada y el Gobierno no brindan apoyo a la localidad para el desarrollo ecoturístico, solamente algunos mencionaron que esporádicamente reciben apoyo a través de programas de asistencia técnica por parte de organismos nacionales e internacionales, y de acuerdo a la asignación anual del presupuesto que el gobierno central asigna a las municipalidades por medio del FODES, estas se encargan de distribuirlo de acuerdo a las necesidades del Municipio. Debido a Concepción Batres es un municipio cuya asignación no es muy significativa, no cuentan con la capacidad para poder destinar los fondos suficientes a este tipo de actividades, pero existe un alto grado de interés por parte de las autoridades locales para fomentar este tipo de actividades alternativas.

Entre las actividades que los entrevistados desarrollan actualmente para fomentar el desarrollo turístico en el municipio se tienen en primer lugar la ornamentación del parque Hacienda Nueva y de la ciudad, en segundo lugar, los proyectos juveniles de mejora del medio ambiente, caminos

vecinales y la seguridad en la zona, también se está gestionando con organismos nacionales e internacionales para que brinden su apoyo al municipio.

Los proyectos o programas que se tienen a futuro para el desarrollo ecoturístico de la zona están la integración de la red Bahía de Jiquilisco, que lo conforman los municipios que colindan con la Bahía de Jiquilisco, así como la 2ª etapa del parque ecológico Hacienda Nueva, la creación del muelle artesanal en Puerto Viejo, y proyectos para las mejoras en los caminos vecinales y así tener mayor accesibilidad a los lugares con potencial.

Los encuestados manifiestan que el mayor obstáculo para el desarrollo ecoturístico en el municipio es la falta de recursos económicos, ya que no cuentan con el apoyo de la empresa privada y lo que el Gobierno les asigna, solamente alcanza para cubrir las necesidades básicas del Municipio.

El consejo Municipal está de acuerdo en que el principal beneficio que traería el desarrollo ecoturístico en el municipio, es la mejora en la condición de vida de los habitantes, debido a que habrían más fuentes de empleo y mejores oportunidades para el comercio, así como también se mencionan la conservación del medio ambiente y diversión.

## **CAPITULO IV**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## **CAPITULO IV**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **4.1. CONCLUSIONES**

- **CONCLUSIONES PARA LOS HABITANTES DE CONCEPCION BATRES**

- Los habitantes de Concepción Batres muestran interés en participar y apoyar actividades que desarrollen el ecoturismo en la zona por los beneficios que se obtendrían.
  
- La mayoría de habitantes considera que el ecoturismo contribuiría a mejorar los ingresos familiares.
  
- Los habitantes del Municipio opinan que es importante para ellos el desarrollo ecoturístico debido a que se incrementaría el comercio, mejorando así el nivel de vida de los habitantes.
  
- Los habitantes opinan que el ecoturismo ayudaría a crear mayores fuentes de empleo, se incrementaría el comercio y habría un mayor flujo de turistas en un 52%, 25% y 13% respectivamente.

- La mayoría de los habitantes del Municipio han conocido los puntos turísticos que el Municipio posee, a través de comunicación informal primordialmente los comentarios de boca en boca.
- Los lugares turísticos mas conocidos por los habitantes dentro del Municipio son: el Parque Ecológico Hacienda Nueva y las Piletas de Agua Termal de Monte Fresco.
- El lugar que los habitantes de Concepción Batres consideran con mayor potencial para desarrollar proyectos ecoturísticos es La Bocana del Río Grande. Teniendo en consideración que aún no hay infraestructura desarrollada en el lugar.

- **CONCLUSIONES PARA LOS TURISTAS POTENCIALES**

- La mayoría de los turistas encuestados consideran al ecoturismo como una actividad atractiva y una alternativa para su tiempo libre.
- Entre las actividades ecoturísticas que llama más la atención de los turistas son los paseos por ríos y lagos, recorridos por montañas y caminatas respectivamente.
- Un alto porcentaje de turistas no conocen el Municipio de Concepción Batres.

- Los turistas no han visitado el Municipio de Concepción Batres, debido a que no saben donde esta ubicado, ni como llegar.
- El bajo porcentaje de turistas que conocen el Municipio de Concepción Batres, han visitado el pueblo y la Bahía de Jiquilisco en una mayor proporción que a los otros puntos turísticos de la zona.
- El 78% de los turistas potenciales están motivados a visitar el Municipio de Concepción Batres por curiosidad, diversión o porque lo podrían considerar atractivo.
- La existencia de atractivos turísticos en la zona, la seguridad y la accesibilidad al lugar son los principales factores que motivarían a los turistas potenciales a visitar el Municipio de Concepción Batres.

- **CONCLUSIONES PARA LAS AUTORIDADES LOCALES**

- La Municipalidad de Concepción Batres posee un alto grado de interés en desarrollar proyectos ecoturísticos en la zona.
- El principal obstáculo para desarrollar proyectos ecoturísticos en el Municipio de Concepción Batres es la falta de recursos económicos.

- El Municipio de Concepción Batres no recibe mayor apoyo económico por parte del Gobierno, ya que únicamente les brinda asistencia técnica y el presupuesto anual designado por el FODES. (Fondo departamental para la promoción y desarrollo de la economía solidaria).

- **CONCLUSIONES GENERALES**

- El 83% de los habitantes de Concepción Batres no están familiarizados con el término ecoturismo, ya que la población no hace distinción entre los diferentes tipos de turismo y lo relacionan con el término general de turismo.
- La mayoría de turistas potenciales que conocen el término ecoturismo residen en el Departamento de San Salvador, mientras que en el interior de la República este término es poco conocido.
- El turismo no ha sido una actividad económica desarrollada en el Municipio.

- La mayor parte de la población de Concepción Batres vive en el área rural lo que indica que el nivel de vida de los habitantes es bastante limitado, debido a que se dedican a la agricultura en su mayoría ya que el Municipio no cuenta con industrias y el comercio no está desarrollado.
- El Municipio de Concepción Batres cuenta con diversos lugares aptos para practicar actividades relacionadas con el ecoturismo que aun no han sido desarrollados pero que poseen un gran potencial.

#### **4.2. RECOMENDACIONES**

**Se recomienda que las Autoridades Municipales de Concepción Batres:**

- Formulen estrategias que vayan encaminadas a concientizar a los habitantes de Concepción Batres sobre la importancia de preservar la flora y fauna del Municipio.
- Den a conocer la oferta turística del Municipio de Concepción Batres a los turistas potenciales del país por medio de tácticas de promoción.
- Ejecuten estrategias que ayuden a obtener fondos para darle mantenimiento a los diferentes puntos ecoturísticos del Municipio.

- Brinden un adecuado mantenimiento a las vías de acceso que conducen a los diferentes lugares ecoturísticos, para un fácil acceso vehicular.
- Se implemente un Plan Estratégico para el desarrollo sostenible del ecoturismo en el Municipio de Concepción Batres.

## **CAPITULO V**

# **PLAN ESTRATEGICO PARA EL DESARROLLO DEL ECOTURISMO EN EL MUNICIPIO DE CONCEPCION BATRES, DEPARTAMENTO DE USULUTAN.**

## CAPITULO V

### PROPUESTA DE UN PLAN ETRATEGICO PARA EL DESARROLLO DEL ECOTURISMO EN EL MUNICIPIO DE CONCEPCION BATRES, DEPARTAMENTO DE USULUTAN.

#### 1. Formular la Misión y Visión.

##### **Misión:**

“Crear una política Municipal que ayude a promover el desarrollo del ecoturismo a través de la participación activa de la Municipalidad, los habitantes y el apoyo de entidades gubernamentales y no gubernamentales”

##### **Visión:**

“Hacer de Concepción Batres un Municipio pionero en el desarrollo sostenible contribuyendo a la preservación del medio ambiente, promoviendo así el desarrollo económico del Municipio por medio del Ecoturismo”.

## **2. Establecimiento de objetivos.**

- Desarrollar áreas ecoturísticas así como la preservación de los recursos naturales en beneficio de los habitantes del Municipio.
- Fomentar la inversión local y Gubernamental en infraestructura adecuada y vías de acceso a las áreas protegidas naturales garantizando la armonía ambiental y el desarrollo sostenible de las mismas.
- Fortalecer la capacitación del recurso humano con visión ecoturística.
- Contar en las áreas ecoturísticas con servicios de comunicación, seguridad, transporte, servicios de salud, servicios sanitarios y señalización turística.
- Mejorar la calidad de vida de los habitantes a través de la generación de ingresos por diversas actividades relacionadas con el ecoturismo.
- Crear un comité encargado de velar por el desarrollo de proyectos ecoturísticos en el Municipio.

### **3. Analizar los recursos del Municipio.**

Los recursos que posee el Municipio son los siguientes:

- A.** El recurso humano: es principalmente la población que participaría activamente en proyectos ecoturísticos.
  
- B.** Los recursos financieros institucionales: se consideran los fondos otorgados por parte del Gobierno Central, la Municipalidad, Organismos No Gubernamentales e inversionistas nacionales y extranjeros.
  
- C.** Los Recursos Naturales con los que cuenta el Municipio: Los que pueden ser aprovechados para el Desarrollo de actividades ecoturísticas son; los nacimientos de aguas Termales de Monte Fresco, los nacimientos de agua fresca del Parque Ecológico Hacienda Nueva, el Río Batres, el Río San Diego, el Río Grande de San Miguel, la Bocana del Río Grande, la Bahía de Jiquilisco, el Bosque Salado, el Área de la Zorra (Concentración de aves migratorias), y la zona montañosa de Puerto Viejo, así como también la fauna y flora perteneciente a estos lugares.

**D. Infraestructura:** Se refiere a la infraestructura en los proyectos turísticos ya establecidos en el Municipio como: la iglesia, el parque central, la casa de la Cultura, el Parque Ecológico de la Hacienda Nueva, las Piletas de Agua Termal de Monte Fresco, y en proceso de construcción Puerto Viejo.

#### 4. Análisis del ambiente:

La descripción del ambiente externo se realiza por medio de la observación de las variables económicas, sociales, políticas, tecnológicas, demográficas y geográficas que inciden en el Municipio de Concepción Batres.

VARIABLES	
ECONOMICAS	Inflación Precios más bajos Pobreza Inversión
SOCIALES	Desempleo Índice de criminalidad Estilo de vida Nivel de riesgo por la seguridad pública Educación Productos de temporada en el mercado
DEMOGRAFICAS	Incremento de la tasa de natalidad Edad de las personas Población Urbana Población Rural Población económicamente activa
GEOGRAFICAS	Nuevos mercados Cultura o costumbres diferentes Hidrografía Cartografía Ubicación
POLITICAS O LEGALES	Leyes Número de asociaciones Asociaciones solidaristas activas Asociaciones de desarrollo comunal Organismos del estado

Los indicadores anteriores forman parte del entorno externo del Municipio de Concepción Batres en Usulután, muchos de estos indicadores son ventajas y muchos otros pueden ser perjudiciales en la competitividad del turismo.

En las variables socioeconómicas, sobresalen el desempleo, el bajo poder adquisitivo de la población, la pobreza extrema, que son factores que contribuyen a disminuir realizar actividades turísticas.

La oportunidad más destacada con la que cuenta el Municipio para el desarrollo de proyectos ecoturísticos es su situación hidrográfica, ya que cuenta con ríos, montañas, bosques salados y la Bahía de Jiquilisco.

Así mismo la producción agrícola de temporada en el mercado, ya que a través de está se pueden realizar ferias agrícolas y gastronómicas logrando así atraer a un número significativo de turistas.

Otro dato importante a resaltar es la iniciativa de apoyo con la que cuenta el Municipio por parte de la Municipalidad y los habitantes.

Finalmente el Municipio de Concepción Batres, tiene a su favor, ser más competitivos a través del establecimiento de puntos ecoturísticos atractivos para los turistas.

## **5. Hacer predicciones:**

Entre los eventos a futuro que pueden llegar a perjudicar al Municipio tenemos los fenómenos naturales: inundaciones, deslaves, etc.

La falta de recursos financieros impide el desarrollo de los puntos ecoturísticos en el Municipio.

La creación del puerto de Cutuco vendrá a beneficiar al Municipio ya que habrá más inversión en la zona oriental del país, por lo cual se tendrán más turistas nacionales y extranjeros que puedan visitar el Municipio.

Así mismo la construcción de un muelle artesanal en Puerto Viejo, contribuirá a que haya un mayor flujo de turistas en Concepción Batres.

## 6. Análisis FODA:

A continuación se detalla el Análisis FODA del Municipio de Concepción

Batres:

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
Potencial ecoturístico de la zona, riqueza histórica y cultural.	Proyectos de cooperación externa (Plan de desarrollo del circuito de la Bahía de Jiquilisco-Sierra Tecapa, Chinameca).
Existencia de grupo de jóvenes interesados en formarse como guías turísticos (Red juvenil)	Existencia de instituciones de apoyo (CORSATUR, ISTU, MARN, FISDL, SACDEL).
Apoyo de ONG`s	Existencia del MINTUR (Ministerio de Turismo)
Buena comunicación y apoyo de la Alcaldía Municipal.	Proceso de construcción del Puerto de Cutuco
Potencial de turismo interno	Participación del país en la PROMOCION TURISTICA DE CENTROAMERICA "Centroamérica tan pequeña, tan grande"
Apoyo del Comité de Desarrollo Local	Cercanía a uno de los más grandes centros geográficos urbanos del país (San Miguel)
Recursos naturales importantes (nacimientos de agua, Bocana del Río Grande, zonas montañosas, bosque salado), los cuales son los que llaman más la atención de los turistas potenciales.	
Interés de empresarios y actores locales en sumarse al esfuerzo.	
Interés por parte de la población en desarrollar proyectos ecoturísticos en el Municipio.	
Identificación de los habitantes del Municipio con los puntos turísticos existentes en la zona.	

<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Falta de recursos financieros para desarrollar proyectos ecoturísticos	Nivel de riesgo por la seguridad pública
Falta de comunicación a la población local sobre la importancia del turismo y la preservación de los recursos naturales.	Desempleo
Necesidad de inversión en infraestructura y vías de comunicación.	Pobreza
Poco apoyo por parte de entidades gubernamentales y no gubernamentales	Fragilidad de la zona ante desastres naturales (inundaciones, deslaves, etc.)
Pocos centros ecoturísticos en el Municipio.	Ideología Política (identificación del Gobierno Central con la Municipalidad).
Falta de acceso en buen estado a los diferentes puntos turísticos	Destrucción y poca promoción a la protección de los recursos naturales de la zona.
Manejo inadecuado de los desechos sólidos y líquidos de la zona.	Débil actuación estatal

Entre las fortalezas con las que cuenta el Municipio de Concepción Batres se pueden mencionar:

- La principal riqueza que posee el Municipio para desarrollar proyectos ecoturísticos, son los recursos naturales con los que cuenta como ríos, manglares, bocanas, nacimientos de agua, entre otros, los cuales pueden ser aprovechados para el desarrollo de este tipo de actividades.

- El apoyo e interés con que cuenta el Municipio por parte de las autoridades locales y la población para desarrollar proyectos de ecoturismo, facilita la puesta en marcha de las mismas.
  
- Una de las principales fortalezas con las que cuenta el Municipio es la identificación que tienen los habitantes con los puntos turísticos existentes, lo que contribuye al desarrollo del turismo interno. Los lugares con potencial dentro del Municipio son:
  - Parque Ecológico Hacienda Nueva
  - Piletas de agua termal de Monte Fresco
  - Bahía de Jiquilisco
  - Bocana del Río Grande
  - Río Batres
  - Río San Diego
  - Puerto Viejo

Entre las oportunidades con las que cuenta el Municipio de Concepción Batres se pueden mencionar:

- La existencia de instituciones que apoyen al Municipio aportando recursos financieros y capacitación del recurso humano en las diferentes áreas para atender turistas, es clave para el desarrollo de la zona.

- La construcción del Puerto de Cutuco es una oportunidad para Concepción Batres de atraer nuevos visitantes debido a que el flujo de turistas al área oriental del país se verá incrementado con la realización de dicho proyecto.
- Con la existencia del “Plan de desarrollo turístico del circuito de la Bahía de Jiquilisco y Sierra Tecapa, Chinameca, se cuenta con el apoyo para desarrollar el turismo en el área de la Bahía de Jiquilisco que corresponde al Municipio de Concepción Batres.

Entre las principales debilidades con las que cuenta el Municipio de Concepción Batres se pueden mencionar:

- La mayor debilidad que posee el Municipio es la falta de recursos financieros ya que esto limita la inversión en infraestructura para poder desarrollar centros ecoturísticos dentro de la zona, y para mantener en buen estado las vías de acceso a los mismos.
- El poco apoyo que recibe el Municipio por parte del Gobierno Central dificulta la realización de proyectos turísticos en la zona.
- El Municipio cuenta con un mal manejo de los desechos sólidos lo cual debe ser mejorado para atraer a turistas potenciales.

Entre las amenazas con las que cuenta el Municipio de Concepción Batres se pueden mencionar:

- La inseguridad que se vive en el país hace que las personas se sientan desmotivadas a practicar turismo en áreas poco conocidas.
- Concepción Batres es un Municipio vulnerable a los desastres naturales, principalmente a las inundaciones, debido a su situación geográfica e hidrográfica, lo que representa una seria amenaza al turismo en la época lluviosa.
- La falta de educación ambiental en los habitantes hace que los recursos naturales sean explotados indiscriminadamente y sin control lo que conduce al agotamiento gradual de los mismos, siendo estos el principal atractivo del Municipio.

## **7. Identificar y evaluar estrategias alternativas:**

Para el análisis y evaluación de estrategias alternativas se hará a través del Análisis DOFA, para lograr determinar y seleccionar aquellas estrategias idóneas para desarrollar el ecoturismo en el Municipio de Concepción Batres.

Como se muestra a continuación se realiza como primer paso la matriz **DOFA ponderado** en la cual se presenta el FODA realizado en el paso anterior y se procede a calificar aquellas fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con alto impacto las cuales se utilizaran posteriormente en el cuadro de Análisis DOFA para obtener las mejores estrategias a desarrollar.

## ANALISIS Y EVALUACION DE ESTRATEGIAS

MATRIZ DE IMPACTOS DOFA- PONDERADO							
FORTALEZAS	Impacto			OPORTUNIDADES	Impacto		
	Alto	Medio	Bajo		Alto	Medio	Bajo
Potencial ecoturístico de la zona, riqueza histórica y cultural.		X		Proyectos de cooperación externa (Plan de desarrollo del circuito de la Bahía de Jiquilisco-Sierra Tecapa, Chinameca).		X	
Existencia de grupo de jóvenes interesados en formarse como guías turísticos (Red juvenil)	X			Existencia de instituciones de apoyo (CORSATUR, ISTU, MARN, FISDL, SACDEL).	X		
Apoyo de ONG`s	X			Existencia del MINTUR (Ministerio de Turismo)	X		
Buena comunicación y apoyo de la Alcaldía Municipal.	X			Proceso de construcción del Puerto de Cutuco		X	
Potencial de turismo interno		X		Participación del país en la PROMOCION TURISTICA DE CENTROAMERICA "Centroamérica tan pequeña, tan grande"			X
Apoyo del Comité de Desarrollo Local	X			Cercanía a uno de los más grandes centros geográficos urbanos del país (San Miguel)		X	
Recursos naturales importantes (nacimientos de agua, Bocana del Río Grande, zonas montañosas, bosque salado), los cuales son los que llaman más la atención de los turistas potenciales.	X						
Interés de empresarios y actores locales en sumarse al esfuerzo.		X					
Interés por parte de la población en desarrollar proyectos ecoturísticos en el Municipio.	X						
Identificación de los habitantes del Municipio con los puntos turísticos existentes en la zona.			X				

**MATRIZ DE IMPACTOS  
DOFA- PONDERADO**

DEBILIDADES	Impacto			AMENAZAS	Impacto		
	Alto	Medio	Bajo		Alto	Medio	Bajo
Falta de recursos financieros para desarrollar proyectos ecoturísticos	<b>X</b>			Nivel de riesgo por la seguridad pública	<b>X</b>		
Falta de comunicación a la población local sobre la importancia del turismo y la preservación de los recursos naturales.	<b>X</b>			Desempleo	<b>X</b>		
Necesidad de inversión en infraestructura y vías de comunicación.	<b>X</b>			Pobreza		<b>X</b>	
Poco apoyo por parte de entidades gubernamentales y no gubernamentales	<b>X</b>			Fragilidad de la zona ante desastres naturales (inundaciones, deslaves, etc.)		<b>X</b>	
Pocos centros ecoturísticos en el Municipio.		<b>X</b>		Ideología Política (identificación del Gobierno Central con la Municipalidad).		<b>X</b>	
Manejo inadecuado de los desechos sólidos y líquidos de la zona.	<b>X</b>			Destrucción y poca promoción a la protección de los recursos naturales de la zona.	<b>X</b>		
				Débil actuación estatal		<b>X</b>	

<b>ANALISIS DOFA</b>		
	<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
	Existencia de instituciones de apoyo (CORSATUR, ISTU, MARN, FISDL, SACDEL).	Nivel de riesgo por la seguridad pública
	Existencia del MINTUR (Ministerio de Turismo)	Desempleo
		Destrucción y poca promoción a la protección de los recursos naturales de la zona.
<b>FORTALEZAS</b>	<b>ESTRATEGIA FO</b>	<b>ESTRATEGIA FA</b>
Existencia de grupo de jóvenes interesados en formarse como guías turísticos (Red juvenil)	Gestionar el apoyo económico y técnico de entidades gubernamentales y no gubernamentales para el desarrollo ecoturístico	Buscar el apoyo de la PNC y los habitantes para incrementar la seguridad en el Municipio
Apoyo de ONG's		Disminuir tasas de desempleo a través de la creación de nuevas fuentes de trabajo
Buena comunicación y apoyo de la Alcaldía Municipal.		Concientizar a la población sobre la importancia de la preservación de los recursos naturales

Apoyo del Comité de Desarrollo Local		
Recursos naturales importantes (nacimientos de agua, Bocana del Río Grande, zonas montañosas, bosque salado), los cuales son los que llaman más la atención de los turistas potenciales.		
Interés por parte de la población en desarrollar proyectos ecoturísticos en el Municipio.		
<b>DEBILIDADES</b>	<b>ESTRATEGIA DO</b>	<b>ESTRATEGIA DA</b>
Falta de recursos financieros para desarrollar proyectos ecoturísticos	Buscar apoyo de entidades gubernamentales y no gubernamentales para la Inversión en infraestructura y vías de acceso	Organizar campañas de reforestación contando con el apoyo de la población y entidades gubernamentales y no gubernamentales
Falta de comunicación a la población local sobre la importancia del turismo y la preservación de los recursos naturales.	Educar a la población sobre la importancia y beneficios que se obtienen con el ecoturismo	
Necesidad de inversión en infraestructura y vías de comunicación.	Crear campañas de limpieza y recolección de desechos sólidos	
Poco apoyo por parte de entidades gubernamentales y no gubernamentales		
Manejo inadecuado de los desechos sólidos y líquidos de la zona.		

## **8. Seleccionar una estrategia:**

Como se mostró en el análisis DOFA existen muchas estrategias que deben de implementarse en el Municipio de Concepción Batres para que el desarrollo del Ecoturismo en la zona traiga consigo una serie de beneficios tanto para el Municipio como para sus habitantes.

Las estrategias abarcan todas las áreas del Municipio y van enfocadas a diferentes áreas en específico.

Estas estrategias son:

- Gestionar el apoyo económico y técnico de entidades gubernamentales y no gubernamentales para el desarrollo ecoturístico.
- Buscar el apoyo de la PNC y los habitantes para incrementar la seguridad en el municipio.
- Disminuir tasas de desempleo a través de nuevas fuentes de trabajo.
- Concientizar a la población sobre la importancia de la preservación de los recursos naturales.
- Buscar apoyo de entidades gubernamentales y no gubernamentales para la inversión en infraestructura y vías de acceso.
- Educar a la población sobre la importancia y beneficios que se obtienen con el Ecoturismo.

- Crear campañas de limpieza y recolección de desechos sólidos

## **9. Instrumentar la estrategia:**

Para implementar las estrategias identificadas en el Análisis DOFA, se hará a través de ejes estratégicos con el fin de determinar las áreas donde se deberá enfocar la atención, las cuales son:

- 1. Territorial**
- 2. Institucional**
- 3. Social**
- 4. Económico**
- 5. Medio Ambiente**

A continuación se presenta un cuadro que detalla el eje estratégico a utilizar, área de inversión afectada, problemática identificada, proyecto a realizar y su responsable.

**ARCHIVO DE EJES ESTRATÉGICOS Y PRESUPUESTOS.**

## **PROYECTO 1**

**Eje:** Territorial

**Área:** Infraestructura Vial

**Problemática:** Vías de acceso en mal estado

**Solución:** Balastreo de caminos

**Proyecto:** Balastreo de rutas de acceso directo a los centros ecoturísticos

**Descripción:** El municipio de Concepción Batres posee una red vial en mal estado que conecta al casco urbano con los puntos ecoturísticos. El deterioro de los caminos afecta el desarrollo económico y del ecoturismo de la zona, debido a que su acceso se hace difícil. Se recomienda el balastreo de estas vías de acceso 1 vez al año justo después del invierno para mantener en buen estado las vías de acceso a los puntos ecoturísticos durante el verano.

**Tiempo:** Se propone realizar el balastreo de las vías de acceso que conducen al Parque Ecológico Hacienda Nueva, las Piletas de Monte Fresco y Puerto Viejo, durante un período de dos meses cada año, una vez pasado el invierno.

**Entidad responsable:** Alcaldía Municipal de Concepción Batres

## **PROYECTO 2**

**Eje:** Territorial

**Área:** Infraestructura Vial

**Problemática:** Vías de acceso en mal estado

**Solución:** Mantenimiento de caminos

**Proyecto:** Mejoramiento de las rutas de acceso directo a los centros ecoturísticos.

**Descripción:** El municipio de Concepción Batres posee una red vial en mal estado que conecta al casco urbano con los puntos ecoturísticos. El deterioro de los caminos durante la época lluviosa limita el acceso, debido a que su acceso se hace difícil. Se recomienda mejorar los caminos antes del inicio del invierno para que las vías de acceso se mantengan en buen estado.

**Tiempo:** Para el mejoramiento de los caminos, se propone la construcción de cunetas y adoquinado por etapas en áreas críticas, permanentemente de acuerdo a las necesidades, durante un período de un mes antes de la entrada del invierno de cada año.

**Entidad responsable:** La Alcaldía Municipal de Concepción Batres.

### **PROYECTO 3**

**Eje:** Territorial

**Área:** Construcción de instalaciones orientadas al ecoturismo

**Problemática:** No se cuenta con la infraestructura necesaria en los puntos ecoturísticos

**Solución:** Construcción de infraestructura básica

**Proyecto:**

- **Parque Ecológico Hacienda Nueva:** Construcción de parqueo, establecimientos de comida, y ampliación del parque a 2ª etapa.

**Descripción:** El parque ecológico de la Hacienda Nueva no cuenta con un parqueo donde los turistas puedan estacionar sus vehículos, falta la construcción de establecimientos de comida, así como también la puesta en marcha de la construcción de la segunda etapa del mismo.

**Tiempo:** Se recomienda la construcción de un parqueo amplio, que tenga una capacidad mínima para 50 vehículos, construir kioscos de venta de comida, en un período de 4 meses.

La puesta en marcha del proyecto de la segunda etapa del parque en un período de 18 meses.

**Entidad Responsable:** Alcaldía Municipal de Concepción Batres en conjunto con inversionistas locales y/o entidades gubernamentales y no gubernamentales.

- **Piletas de agua termal de Monte Fresco:** Construcción de servicios sanitarios, basureros, desvestideros, áreas de descanso. Remodelación de piscinas termales, y establecimientos de comida. Adoquinado del parqueo, instalación de alumbrado eléctrico, agua potable. y servicio de recolección de basura.

**Descripción:** Las Piletas de agua Termal de Monte Fresco no cuenta con la infraestructura necesaria para cubrir las necesidades de los turistas, por lo que se recomienda la construcción de servicios sanitarios, basureros, desvestideros, áreas de descanso. Remodelación de piscinas termales, y establecimientos de comida. Adoquinado del parqueo, instalación de alumbrado eléctrico, agua potable y servicio de recolección de basura.

**Tiempo:**

**Etapas 1:** Instalación de agua potable, alumbrado eléctrico y basureros, la construcción de desvestideros y servicios sanitarios: en un período de 8 meses.

**Etapas 2:** remodelación de piscinas termales y establecimientos de comida: en un período de 6 meses.

**Etapas 3:** construcción de áreas de descanso y adoquinado de parqueo: en un período de 3 meses.

**Entidad Responsable:** Alcaldía Municipal de Concepción Batres, en conjunto con inversionistas locales, entidades gubernamentales y no gubernamentales.

- **Puerto Viejo:** Construcción de muelle artesanal, establecimientos y bodega para alquiler de equipo para actividades acuáticas, servicios sanitarios, basureros, desvestideros, establecimientos de comida, áreas de descanso. Instalación de servicios básicos (agua, energía eléctrica, servicio de recolección de basura). Señalización de canales dentro del bosque salado.

**Descripción:** Puerto Viejo no cuenta con ninguna infraestructura para recibir a turistas, por lo que se recomienda la construcción de un muelle artesanal, establecimientos y bodega para alquiler de equipo para actividades acuáticas, servicios sanitarios, basureros, desvestideros, establecimientos de comida, áreas de descanso. Instalación de servicios básicos (agua, energía eléctrica, servicio de recolección de basura). Señalización de canales dentro del bosque salado

**Tiempo:**

**Etapas 1:** instalación de servicios básicos, construcción de muelle artesanal, servicios sanitarios y desvestideros: en un período de 8 meses.

**Etapas 2:** construcción de áreas de descanso, establecimientos de comida: en un período de 6 meses.

**Etapas 3:** construcción de establecimiento y bodega para alquiler de equipo para actividades acuáticas, señalización de canales dentro del bosque salado: en un período de 4 meses.

**Entidad Responsable:** Alcaldía Municipal de Concepción Batres, en conjunto con inversionistas locales, entidades gubernamentales y no gubernamentales

- **Bocana del Río Grande:** construcción de establecimientos y bodega para alquiler de equipo para actividades acuáticas, servicios sanitarios, basureros, desvestideros, establecimientos de comida, áreas de descanso. Instalación de servicios básicos (agua y energía eléctrica, servicio de recolección de basura).

**Descripción:** La Bocana del Río Grande no cuenta con ninguna infraestructura para recibir a turistas, por lo que se recomienda la construcción establecimientos y bodega para alquiler de equipo para actividades acuáticas, servicios sanitarios, basureros, desvestideros, establecimientos de comida, áreas de descanso. Instalación de servicios básicos (agua, energía eléctrica, servicio de recolección de basura).

**Tiempo:**

**Etapas 1:** instalación de servicios básicos, servicios sanitarios y desvestideros: en un período de 6 meses.

**Etapa 2:** construcción de áreas de descanso, establecimientos de comida: en un período de 6 meses.

**Etapa 3:** construcción de establecimiento y bodega para alquiler de equipo para actividades acuáticas, en un período de 4 meses.

**Entidad Responsable:** Alcaldía Municipal de Concepción Batres, en conjunto con inversionistas locales, entidades gubernamentales y no gubernamentales

## **PROYECTO 4**

**Eje:** Territorial

**Área:** Señalización adecuada

**Problemática:** No se cuenta con señalización suficiente que indique la ubicación de cada atractivo ecoturístico

**Solución:** Establecimiento de señalización para puntos ecoturísticos

**Proyecto:** Ubicar rótulos en puntos estratégicos con alta afluencia de personas.

**Descripción:** El Municipio de Concepción Batres posee una señalización insuficiente para orientar debidamente a los visitantes hacia los puntos ecoturísticos, solamente se ha señalado el Parque Ecológico Hacienda Nueva, por lo cual se recomienda instalar más rótulos de orientación para los turistas.

**Tiempo:** Se propone la instalación de rótulos para cada uno de los centros ecoturísticos en zonas en las principales calles y avenidas del Municipio, así como la señalización para llegar a cada uno de estos lugares en un período de 2 meses.

**Entidad responsable:** Alcaldía Municipal de Concepción Batres.

## **PROYECTO 5**

**Eje:** Territorial

**Área:** Alojamiento para turistas.

**Problemática:** No se cuenta con los lugares de alojamiento adecuado para albergar a los turistas que deseen visitar y pernoctar en el Municipio.

**Solución:** Construcción de hostales y pequeños hoteles que cuenten con los servicios básicos para poder alojar turistas

**Proyecto:** Gestionar el apoyo de la empresa privada y los habitantes en la construcción de hostales y pequeños hoteles.

**Descripción:** El Municipio de Concepción Batres no cuenta con lugares de alojamiento adecuados para poder albergar a turistas que deseen pasar la noche o quedarse varios días para conocer los diferentes atractivos que ofrece el municipio por lo que se debe buscar el apoyo de la empresa privada para la construcción de pequeños hostales y hoteles que brinden alojamiento a los turistas, a la vez, se debe de incentivar a los habitantes a invertir en sus casas para que puedan convertirse en lugares de alojamiento propios, generando así un ingreso adicional para sus familias y mayores fuentes de empleo para los habitantes del municipio.

**Tiempo:** Se recomienda gestionar el apoyo de la empresa privada y de los habitantes de manera permanente, para la construcción de lugares de alojamiento del municipio en relación directa al desarrollo de esta actividad.

**Entidad responsable:** Alcaldía Municipal de Concepción Batres en conjunto con inversionistas locales, los habitantes y el comité de desarrollo ecoturístico.

## **PROYECTO 6**

**Eje:** Institucional

**Área:** Otros

**Problemática:** Falta de un comité que vele por el desarrollo del ecoturismo.

**Solución:** Crear un comité que vele por el desarrollo del ecoturismo.

**Proyecto:** Conformación de un comité de desarrollo ecoturístico del Municipio de Concepción Batres.

**Descripción:** El Municipio no cuenta con un ente que vele, regule y promueva el desarrollo del ecoturismo en la zona, solamente se cuentan con mesas sectoriales para áreas como la salud, educación y cultura, seguridad pública, infraestructura, medio ambiente, producción, mujer, infancia y adolescencia. Se propone la creación de un comité de desarrollo de ecoturismo que realice estas funciones.

**Tiempo:** La creación del comité de desarrollo ecoturístico se hará en un período máximo de 2 meses, integrado por representantes del Consejo de Desarrollo Local, Mesas Sectoriales y los habitantes.

**Entidad responsable:** Alcaldía Municipal de Concepción Batres.

## **PROYECTO 7**

**Eje:** Institucional

**Área:** Otros

**Problemática:** Falta de apoyo económico y técnico

**Solución:** Obtener el apoyo económico y técnico para el desarrollo ecoturístico

**Proyecto:**

Gestionar la colaboración de entidades públicas, privadas y de cooperación de acuerdo a la siguiente manera:

**MINISTERIO DE TURISMO, CORSATUR-ISTU:** capacitaciones orientadas a los servicios de ecoturismo, promoción de lugares, estudios de factibilidad, aprobación de futuros proyectos.

**FISDL:** evaluación de viabilidad de proyectos, apoyo financiero.

**SACDEL:** asesoría técnica para el desarrollo local.

**ENTIDADES PRIVADAS:** recursos financieros para el desarrollo de proyectos ecoturísticos, desarrollo de nuevos proyectos ecoturísticos y la inversión en lugares de alojamiento y alimentación.

**Descripción:** Gestionar el apoyo de instancias públicas, privadas y de cooperación, presentando proyectos concretos de desarrollo ecoturístico.

**Tiempo:** Para gestionar la colaboración del Ministerio de Turismo, CORSATUR-ISTU, FISDL, SACDEL se ha contemplado el plazo de 1 año. Mientras que para gestionar el apoyo de las Entidades privadas será permanentemente.

**Entidad responsable:** Alcaldía Municipal de Concepción Batres en colaboración con el Ministerio de Turismo, CORSATUR-ISTU, FISDL, SACDEL y Entidades Privadas.

## **PROYECTO 8**

**Eje:** Social

**Área:** Campañas de concientización

**Problemática:** Falta de conocimiento por parte de los habitantes del Municipio acerca de las ventajas y beneficios del ecoturismo.

**Solución:** Campañas de educación y concientización.

**Proyecto:** Organizar charlas periódicas a las directivas de las Mesas Sectoriales y a los estudiantes de los distintos centros educativos del Municipio.

**Descripción:** Los habitantes del Municipio no están relacionados con el término ecoturismo por lo cual existe la necesidad de educar y concientizar a la población

en general acerca de este término, ya que esto constituye un obstáculo para el desarrollo.

Para contrarrestar esta problemática se pretende que los habitantes sepan acerca de las ventajas e importancia del ecoturismo.

Por lo cual se recomienda organizar charlas periódicas a las directivas de las Mesas Sectoriales y a los estudiantes de los distintos centros educativos del Municipio.

**Tiempo:** Las campañas de educación y concientización se efectuarán permanentemente para crear un impacto en la población.

**Entidad responsable:** Alcaldía Municipal de Concepción Batres en conjunto con el Comité de Desarrollo Ecoturístico, Mesa Sectorial de Educación y Centros Educativos del Municipio.

## **PROYECTO 9**

**Eje:** Social

**Área:** Promoción de la oferta ecoturística

**Problemática:** Falta de conocimiento de los puntos ecoturísticos del Municipio por parte de turistas potenciales.

**Solución:** Crear estrategias de promoción.

**Proyecto:** Instalación de vayas publicitarias en puntos estratégicos para dar a conocer los puntos ecoturísticos del Municipio, cuñas radiales a través de Radio Concepción, rótulos, señalización adecuada para guiar a los turistas hacia los centros ecoturísticos.

**Descripción:** Actualmente no existe una adecuada promoción del Municipio y de los centros ecoturísticos con los que cuenta, por lo que los turistas potenciales desconocen el lugar.

De esta manera es necesaria la instalación de vayas publicitarias en las principales carreteras que conducen al Municipio como en la carretera El Litoral, así como rótulos que guíen a los visitantes hacia los puntos turísticos partiendo del parque central de la cabecera Municipal hacia éstos.

**Alcance:** La instalación de vayas publicitarias, rótulos y señalización de puntos ecoturísticos se realizará en un período de 6 meses.

**Entidad responsable:** Alcaldía Municipal de Concepción Batres en conjunto con la Mesa Sectorial de Desarrollo Ecoturístico y Agencias de Publicidad.

## **PROYECTO 10**

**Eje:** Social

**Área:** Otros

**Problemática:** Escasa realización de ferias y otras actividades locales.

**Solución:** Creación de distintas ferias y actividades que ayuden a promover los productos y servicios locales.

**Proyecto:** Creación de ferias agrícola-ganaderas y ferias gastronómicas.

**Descripción:** Concepción Batres se caracteriza por ser un Municipio agrícola y ganadero y actualmente no se realizan actividades que lo den a conocer como tal, lo cual beneficiaría a los diferentes productores de la zona. Se recomienda

organizar ferias agrícolas, ganaderas y gastronómicas con el fin de atraer turistas e inversionistas y al mismo tiempo brindar un apoyo a los habitantes para dar a conocer y comercializar sus productos, generando de esta manera más comercio en el Municipio y más fuentes de ingresos para la población.

**Tiempo:** La realización de las ferias se harán según temporadas y necesidad.

**Entidad responsable:** Alcaldía Municipal de Concepción Batres, Comité de Desarrollo Local, Comité de desarrollo Ecoturístico y la población en general.

## **PROYECTO 11**

**Eje:** Social

**Área:** Otros

**Problemática:** Escasa difusión de las Fiestas Patronales.

**Solución:** Promoción de las Fiestas Patronales

**Proyecto:** Creación de campañas de promoción de las Fiestas Patronales en los Municipios cercanos a Concepción Batres.

**Descripción:** En el Municipio se realizan diferentes fiestas patronales como las fiestas de Jesucristo del Rescate, las fiestas de cada comunidad rural, las fiestas patronales de la Parroquia de Inmaculada Concepción, y la procesión de los farolitos.

Por lo tanto se propone que se de a conocer cada una de estas celebraciones a los Municipios más cercanos con el fin de poder así atraer a un mayor flujo de turistas, a través de cuñas de radio, pancartas informativas, unidades móviles con alto parlantes.

**Tiempo:** De acuerdo a la temporada.

**Entidad responsable:** Alcaldía Municipal de Concepción Batres, Comité de Desarrollo Local, Comité de desarrollo Ecoturístico y la población en general.

## **PROYECTO 12**

**Eje:** Social

**Área:** Seguridad

**Problemática:** Poca seguridad en la zona.

**Solución:** Apoyo de la comunidad y la Policía Nacional Civil.

**Proyecto:** Gestionar apoyo de la Policía Nacional Civil, mejorar la comunicación de la PNC con las comunidades y campañas de concientización en la comunidad.

**Descripción:** Aunque el Municipio de Concepción Batres es el que posee los menores índices de delincuencia del Departamento de Usulután, siendo este un factor importante que toman en cuenta los turistas potenciales para decidirse a visitarlo, se vuelve una necesidad buscar el apoyo de la Policía Nacional Civil y los

habitantes para brindar seguridad en las diferentes actividades que el Municipio realice así como en los diferentes centros ecoturísticos de la zona.

Por lo que es necesario gestionar con anticipación la presencia de agentes destacados para brindar seguridad en las ferias por realizar, fiestas patronales así como la realización de patrullajes periódicos a los diferentes centros ecoturísticos del Municipio.

Se necesita el apoyo de la Mesa Sectorial de Seguridad Pública para que realice las campañas de concientización en la población y que organice comités de seguridad para las actividades que realice el Municipio y para que brinden apoyo a la PNC para mantener la seguridad en los diferentes cantones de la zona.

**Tiempo:** La seguridad es un aspecto al cual debe de tomarse en cuenta permanentemente.

**Entidad responsable:** Alcaldía Municipal de Concepción Batres, Policía Nacional Civil, Mesa Sectorial de Seguridad Pública, y los habitantes.

## **PROYECTO 13**

**Eje:** Social

**Área:** Seguridad

**Problemática:** No se cuenta con personal de seguridad en los puntos ecoturísticos.

**Solución:** Contar con seguridad en los puntos ecoturísticos.

**Proyecto:** Contratación de personal de seguridad para los puntos ecoturísticos en la zona.

**Descripción:** En el Municipio el único centro ecoturístico que posee seguridad es el Parque Ecológico Hacienda Nueva. Como uno de los requerimientos básicos en los centros ecoturísticos es que exista seguridad por lo que se vuelve una necesidad el contratar a guardias o cuidanderos que velen por la seguridad de los turistas.

**Tiempo:** La contratación de personal de seguridad para los diferentes puntos ecoturísticos del Municipio deberá de ser de manera permanente.

**Entidad responsable:** Alcaldía Municipal de Concepción Batres, Policía Nacional Civil, Mesa Sectorial de Seguridad Pública, Agencias de Seguridad privada.

## **PROYECTO 14**

**Eje:** Económico.

**Área:** Otros.

**Problemática:** Alto Nivel de Pobreza.

**Solución:** Creación de Oportunidades Laborales y de Desarrollo Comercial.

**Proyecto:** Creación de Plazas laborales como Guías turísticos, agentes de seguridad, jardineros, personal de Mantenimiento, Cocineros, y meseras. Creación de una Mesa Sectorial que brinde apoyo a los comerciantes del Municipio.

**Descripción:** Por ser un Municipio en su mayoría dedicado a la agricultura, el nivel de vida de los habitantes es limitado.

Las fuentes de empleo son mínimas, por lo que con la creación de las diferentes actividades ecoturísticas y el desarrollo de los centros ecoturísticos, los habitantes tendrían mayores oportunidades de empleo y comerciales.

Con la organización de diferentes ferias se pretende incrementar las oportunidades comerciales, mientras que con el desarrollo de los centros ecoturísticos se tendrán oportunidades laborales como: guías turísticos, personal de mantenimiento, jardineros, albañiles, cocineros, entre otros.

Se recomienda la conformación de una Mesa Sectorial Comercial para brindar el apoyo necesario al sector comercio del Municipio.

Con el inicio las ferias gastronómicas, ganaderas y agrícolas se generaran más oportunidades comerciales, mientras que las oportunidades de empleo se irán dando de acuerdo al desarrollo de los puntos ecoturísticos en relación directa al crecimiento de cada uno de ellos por lo que será de una manera permanente.

**Tiempo:** La conformación de la Mesa Sectorial Comercial se creará en un período de 2 meses.

**Entidad responsable:** Alcaldía Municipal de Concepción Batres, Comité de Desarrollo Local, Comité de Desarrollo Ecoturístico.

## **PROYECTO 15**

**Eje:** Medio Ambiente.

**Área:** Concientización Ecológica.

**Problemática:** Falta de conciencia en la población sobre la importancia de los recursos naturales.

**Solución:** Concientización en la población sobre la preservación del medio ambiente.

**Proyecto:** Campañas de concientización hacia los habitantes sobre la importancia de la preservación de los recursos naturales y charlas educativas sobre la práctica de hábitos higiénicos en la población.

**Descripción:** Los habitantes de Concepción Batres aún no han tomado conciencia sobre la importancia que tiene el cuidar y conservar los recursos naturales con los que cuentan en la zona, por lo que es necesario educar a la población y darle los lineamientos necesarios para que se integren a la tarea de velar por el desarrollo y preservación de la flora, fauna y recursos hídricos, los

cuales constituyen los principales elementos de los ecosistemas propios del Municipio.

Por lo cual se recomienda buscar el apoyo del MARN para la realización de capacitaciones que vayan dirigidas a los miembros de la Mesa Sectorial de Medio Ambiente para que puedan identificar cuales son los problemas actuales y como poder solucionarlos. Y de la misma manera que la Mesa Sectorial de Medio Ambiente realice campañas de concientización y reforestación que vayan dirigidos a los habitantes del Municipio y así crear conciencia sobre la importancia de la preservación de los recursos naturales, y el buen tratamiento de los desechos sólidos.

Gestionar por medio de la Mesa Sectorial de Educación con los centros escolares para que se impartan charlas educativas sobre los hábitos higiénicos en la población e incentivar a los estudiantes para que transmitan estos conocimientos y prácticas higiénicas a sus familias.

**Tiempo:** Las capacitaciones a la Mesa Sectorial de Medio Ambiente a través del apoyo del MARN se pueden programar para cada 6 meses, mientras que las charlas que se impartirán a los estudiantes de los diferentes centros educativos sobre las buenas prácticas higiénicas, se deberán realizar cada 3 meses.

**Entidad responsable:** Alcaldía Municipal de Concepción Batres en conjunto con la Mesa Sectorial de Medio Ambiente, MARN, Centros Educativos del Municipio y los habitantes en general.

## **PROYECTO 16**

**Eje:** Medio Ambiente.

**Área:** Flora, Fauna y Mantos Acuíferos

**Problemática:** Descuido de los recursos naturales.

**Solución:** Campañas de reforestación y limpieza, programas para el tratamiento de los desechos sólidos, y protección de las plantas y animales silvestres.

**Proyecto:** Campañas de reforestación y limpieza de ríos, quebradas y nacimientos de agua. Establecimiento y desarrollo de programas de recolección y tratamiento de los desechos sólidos. Creación de reglamentos para la protección de plantas y animales silvestres en los centros ecoturísticos.

**Descripción:** Debido al poco interés mostrado por los habitantes de Concepción Batres en torno a los recursos naturales del Municipio se deben de realizar:

Por medio de la Alcaldía Municipal y contando con el apoyo de la Mesa Sectorial de Medio Ambiente, el MARN y Entidades Privadas, se recomienda que se realicen eventualmente campañas de reforestación en los diferentes cantones y

caseríos del Municipio, también contando con la participación activa de los habitantes.

Se deben llevar a cabo campañas de limpieza de ríos, quebradas y nacimientos de agua en todo el Municipio prestando mayor énfasis a los cercanos a los centros ecoturísticos con los que cuenta Concepción Batres, a través de la colaboración de la Municipalidad, la Mesa Sectorial de Medio Ambiente y la población en general.

El Municipio de Concepción Batres no posee un sistema eficiente para la recolección y tratamiento de los desechos sólidos, y sus habitantes no han tomado conciencia de la importancia de mantener limpio el Municipio y lo determinante que es preservar los recursos naturales de la zona.

Se deben elaborar reglamentos para la protección de plantas y animales silvestres en los centros ecoturísticos a través de rótulos donde se promueva el cuidado y respeto de la flora y fauna que posean los puntos ecoturísticos. Esto se llevará a cabo a través de la Mesa Sectorial de Medio Ambiente y el Comité de Desarrollo Ecoturístico con apoyo de la Municipalidad.

**Tiempo:**

Las campañas de reforestación deberán de realizarse cada 6 meses al igual que las campañas de limpieza de ríos, quebradas y nacimientos de agua.

El tratamiento de los desechos sólidos deberá ser permanente.

La elaboración de reglamentos para la protección de plantas y animales silvestres deberá de realizarse en un período de 6 meses.

**Entidad responsable:** La Municipalidad de Concepción Batres, MARN, Mesa Sectorial de Medio Ambiente, Comité de Desarrollo Ecoturístico y la población en general.

# **GLOSARIO**

## **GLOSARIO**

### **Ambiente:**

Conjunto de agentes físicos, químicos, biológicos y de factores sociales susceptibles de tener un efecto directo o indirecto, inmediato o a plazo, sobre los seres vivos y las actividades humanas.

### **Área natural protegida:**

Aquellas partes del territorio nacional legalmente establecida con el objeto de posibilitar la conservación, el manejo sostenible y restauración de la flora y a fauna silvestre, recursos conexos y sus interacciones naturales y culturales que tenga alta significación por su función o sus valores genéticos, históricos, escénicos, recreativos, arqueológicos y protectores, de tal manera que preserven el estado natural de las comunidades bióticas y los fenómenos geomorfológicos únicos.

### **Atractivo Turístico:**

Conjunto de actividades y recursos culturales o naturales de un lugar que generan demanda turística: espacios naturales, monumentos, fiestas, actos culturales, museos, exposiciones, conjuntos, centros históricos, gastronomía, etc.

**Conservación:**

Gestión dirigida a la preservación y uso racional de los recursos naturales para asegurar el mejor beneficio que tienda al desarrollo sostenible de la sociedad.

**Desarrollo Ecoturístico:**

Es la evolución del ecoturismo debido a la creación o mejoramiento de su infraestructura.

**Desarrollo sostenible:**

Es el mejoramiento de la calidad de vida de las presentes generaciones, con desarrollo económico, democracia política, equidad y equilibrio ecológico, sin menoscabo de la calidad de vida de las generaciones venideras.

**Desechos sólidos:**

Son aquellos que se generan en los espacios urbanizados, como consecuencia de las actividades de consumo y gestión de actividades domésticas (viviendas) servicios (oficinas, mercados, etc.) y tráfico viario (papeleras y residuos viarios de pequeño y gran tamaño).

**Diversidad Biológica:**

Variedad de formas de vida que ocupan determinada región. Incluye riqueza y abundancia.

**Educación Ambiental:**

Proceso de formación ambiental ciudadana formal, no formal e informal para la toma de conciencia y el desarrollo de valores, conceptos y actitudes frente a la protección, conservación, restauración y el uso sostenible de los recursos naturales y el medio ambiente.

**Ecología:**

Ciencia generalizadora que estudia las relaciones de los factores bióticos, abióticos, y antropogénicos como un todo, dentro de los ecosistemas, en particular y la biosfera en general.

**Ecoturismo:**

Segmento de la actividad turística que utiliza de manera sustentable, el patrimonio natural y cultural incentiva su conservación y busca la formación de una conciencia ambientalista a través de la interpretación del ambiente, promoviendo el bienestar de las comunidades involucradas.

**Ecosistema:**

Es la unidad funcional básica de interacción de los organismos vivos entre sí de estos con el ambiente, en un espacio y tiempo determinado.

**Entorno:**

Envolvente físico o ambiental de algo o alguien.

**Gobierno Local:**

Se refiere a la institución encargada de velar por los asuntos públicos y políticos de la localidad en representación del Estado, por lo general se les conoce como Municipalidad o Consejo Municipal

**Hidrografía:**

Estudio de todas las masas de agua de la tierra, y en sentido más estricto a la medida, recopilación y representación de los datos relativos al fondo del océano, las costas, las mareas y las corrientes, de manera que se puedan plasmar sobre un mapa, sobre una carta hidrográfica.

**Oferta Turística:**

Conjunto integrado por bienes y prestaciones de diferentes tipos de empresas (patrimonio, industria y propaganda turística). En esta combinación de prestaciones materiales y servicios, estos últimos suelen cumplir la función más importante en la elaboración y distribución del producto turístico.

**Operadores Turísticos:**

Empresas dedicadas a la movilización de turistas o visitantes organizando viajes hacia los diferentes sitios o poblados turísticos. Su orientación puede ser: turismo de aventura, arqueológico, panorámico, artesanal, ecológico, playa, ecoturismo, y otros.

**Parque Nacional:**

Área con rasgos de carácter singular de interés nacional o internacional. El área debe incluir muestras representativas de ecosistemas de significación nacional, mostrar poca evidencia de la actividad humana, ofrecer importantes atractivos para los visitantes y tener la capacidad para un uso recreativo y educativo en forma controlada.

**Preservación:**

Mantenimiento en su estado original, de un recurso natural, una estructura o situación que ha sido heredada del pasado, sin cambio en su existencia.

**Reserva Biológica:**

Área esencialmente inalterada, que contiene ecosistemas, rasgos o especies de flora y fauna extremadamente vulnerables, e la cual los procesos ecológicos han podido seguir su curso natural con un mínimo de interferencia humana.

**Turismo:**

Incluye las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos ante su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año.

**Turista:**

Un visitante que permanece al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado.

# **BIBLIOGRAFIA**

## BIBLIOGRAFIA

### LIBROS:

Administración  
Don Hellriegel, John W. Slocum.  
7ª Edición  
Thomson Editores, 1998.

Administración “Procesos Administrativos”  
Adalberto Chiavenato  
2º Edición  
Mac Graw Hill, 1998.

Administración, Una ventaja competitiva  
Thomas S. Bateman, A. Snell  
4ª Edición  
Mac Graw Hill, 2000.

Planeación Estratégica  
George A. Steiner.  
Editorial Continental, 1999.

El turismo, Fenómeno Social  
Oscar de la Torre Padilla  
Editorial Fondo de Cultura Económica, 1997.

Administración Contemporánea  
Garza Treviño  
2º Edición  
Mac Graw Hill, 2000.

Marketing Estratégico  
Jean. Jacques Lambin  
3º Edición  
Mac Graw Hill, 2002.

Administración Estratégica, Conceptos y Casos.  
Thompson- Strickland,  
11º Edición  
Mc Graw Hill, 2001.

Fundamentos de Mercadotecnia  
Philip Kotler  
5ª Edición  
May Hispanoamérica, 1996.

Fundamentos de Marketing  
Stanton, Etzel y Walter  
13ª Edición  
Mc Graw Hill, 2000.

Gerencia Estratégica “Planeación y Gestión- Teoría y metodología”  
Humberto Serna Gómez  
7º Edición  
3R Editores

Planeación Estratégica de Capacitación Empresarial  
Pinto ,Roberto  
MacGraw Hill, 2000.

Estadística para Economistas y Administración de Empresas  
Shao Stephen  
Mc Graw Hill, 1978.

#### **FUENTES:**

Dirección General de Estadísticas y Censos (DIGESTYC). Censo de 1992, con proyecciones al año 2005

[www.ecoturismolatino.com](http://www.ecoturismolatino.com)

[www.elsalvadorturismo.gob.sv](http://www.elsalvadorturismo.gob.sv)

[www.itlp.edu.mx](http://www.itlp.edu.mx)

**TESIS:**

- Amaya Rodríguez Juan Ramón, Guardado Aguilar Stanley, Juarez Rivera Ernesto.

“Plan Estratégico para superar los obstáculos del mercado bursátil en el área Metropolitana de San Salvador”

Universidad Dr. José Matías Delgado, 2002.

- Bendek Vega Luis Edmundo, Córdova Morataya Carmen Elisa, Maza Ana Lizbeth.

“Propuesta de un Plan Estratégico para los productores de plantas ornamentales de El Salvador interesados en exportar a Holanda”

Universidad Dr. José Matías Delgado, 2003.

# **ANEXOS**

## ANEXO 1

### ENCUESTA PARA HABITANTES DEL MUNICIPIO DE CONCEPCION BATRES

Tenga usted Buenos días. Somos egresados de la carrera de Lic. en Administración de empresas de la Universidad Dr. José Matías Delgado. Atentamente solicitamos su colaboración para responder al presente cuestionario que tiene como finalidad identificar y evaluar el desarrollo ecoturístico del Municipio de Concepción Batres. De antemano le agradecemos su tiempo y colaboración.

#### DATOS DE CLASIFICACIÓN

GENERO:	F	<input type="text"/>	M	<input type="text"/>
EDAD:	15-25 años	<input type="text"/>	36-45 años	<input type="text"/>
	26-35 años	<input type="text"/>	46-55 años	<input type="text"/>
	56-60 años	<input type="text"/>		
OCUPACIÓN:	- Ama de casa	<input type="text"/>		
	- Agricultor	<input type="text"/>		
	- Ganadero	<input type="text"/>		
	- Pescador	<input type="text"/>		
	- Comerciante	<input type="text"/>		
	- Estudiante	<input type="text"/>		
	- Otro ( especifique)	_____		

INDICACIONES: MARQUE CON UNA "X" LA RESPUESTA DE SU PREFERENCIA (PUEDE MARCAR MAS DE UNA OPCION DE SER NECESARIO)

1. ¿Conoce usted atractivos turísticos que la Municipalidad haya abierto en la zona?

Si	<input type="text"/>	
No	<input type="text"/>	Pase a pregunta # 5

2. ¿Cuales de los siguientes lugares turísticos conoce usted en el Municipio?

-Parque ecológico Hacienda Nueva	<input type="text"/>	-Río Batres	<input type="text"/>
-Bocana del Río Grande	<input type="text"/>	-Río San Diego	<input type="text"/>
	<input type="text"/>		
- Bahía de Jiquilisco			
-Piletas de Agua Termal del caserío Monte Fresco	<input type="text"/>		
-Otro (especifique)	_____		

3. ¿Cuántas veces ha visitado algunos de estos puntos turísticos en los últimos 6 meses?

\_\_\_\_\_

4. ¿Considera usted que existe información que de a conocer los puntos turísticos que posee el Municipio?

Si   
No

Cuales? \_\_\_\_\_

5. ¿Conoce el término Ecoturismo?

Si   
No

6. ¿ Conoce usted acerca de algún programa de desarrollo ecoturístico implementado por parte de la Municipalidad?

Si   
No

Pase a pregunta # 8

7. Mencione cuales programas de desarrollo ecoturístico conoce?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

8. Estaría interesado en participar y apoyar actividades que logren desarrollar el ecoturismo en el Municipio?

Si   
No

Porque? \_\_\_\_\_

9. Conoce algún lugar en el Municipio que podría ser atractivo ecoturístico?

Si   
No

10. Mencione el lugar o lugares que podrían ser atractivos ecoturísticos en el Municipio?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

11. ¿ Considera usted que el ecoturismo contribuiría a mejorar el ingreso económico de las familias?

Si   
No

Porque? \_\_\_\_\_

## ANEXO 2

### ENCUESTA PARA TURISTAS POTENCIALES

Tenga usted Buenos (Días / tardes) Somos egresados de la carrera de Lic. en Administración de empresas de la Universidad Dr. José Matías Delgado. Atentamente solicitamos su colaboración para responder al presente cuestionario que tiene como finalidad identificar y evaluar el desarrollo ecoturístico del Municipio de Concepción Batres. De antemano le agradecemos su tiempo y colaboración.

#### DATOS DE CLASIFICACIÓN

GENERO: F  M

EDAD: 15-25 años  36-45 años

26-35 años  46-55 años

56-60 años

LUGAR - San Salvador

- Usulután

- San Miguel

- Santa Ana

**INDICACIONES: MARQUE CON UNA "X" LA RESPUESTA DE SU PREFERENCIA (PUEDE MARCAR MAS DE UNA OPCION DE SER NECESARIO)**

1. Conoce usted el Ecoturismo?

Si   
No

Pase a pregunta # 4

2. ¿Considera usted al ecoturismo como una opción para su tiempo libre?

Si   
No

3. ¿De las siguientes actividades ecoturísticas cuales practica o le gustaría practicar?

- Caminatas en reservas naturales

- Paseos por ríos, lagos, bosques salados, etc.

- Recorridos por montañas

- Visitas a lugares de concentración de aves migratorias

- Otro (especifique) \_\_\_\_\_

4. ¿Ha visitado usted el Municipio de Concepción Batres, Departamento de Usulután?

Si   
No  Pase a pregunta #7

5. Cuantas veces ha visitado el Municipio en el último año?

6. ¿Cuales de los siguientes lugares de Concepción Batres ha visitado?

- |                                    |                          |                       |                          |
|------------------------------------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|
| - Pueblo de Concepción Batres      | <input type="checkbox"/> | - Bahía de Jiquilisco | <input type="checkbox"/> |
| - Parque Ecológico Hacienda Nueva  | <input type="checkbox"/> | - Río San Diego       | <input type="checkbox"/> |
|                                    | <input type="checkbox"/> |                       | <input type="checkbox"/> |
| - Bocana del Río Grande            | <input type="checkbox"/> | - Río Batres          |                          |
| - Piletas agua termal Monte Fresco |                          |                       |                          |
| - Otro (especifique)               | _____                    |                       |                          |

\* Pase a la pregunta #8

7. ¿ Porque razones no ha visitado el Municipio de Concepción Batres?

- |                             |                          |                          |                          |
|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| - No sabe donde queda       | <input type="checkbox"/> | - No sabe como llegar    | <input type="checkbox"/> |
| - No posee ningún atractivo | <input type="checkbox"/> | - Inseguridad en la zona | <input type="checkbox"/> |
| - Muy retirado              | <input type="checkbox"/> | - Otro (especifique)     | _____                    |

8. ¿Estaría interesado en visitar el Municipio de Concepción Batres? (Nuevamente)

Si   
No

Porque? \_\_\_\_\_

9. ¿ Marque los 3 principales factores que harían de Concepción Batres un destino ecoturístico atractivo? (favor marcarlos en orden de importancia, 1° más importante, 2° más importante y 3° más importante)

- |                          |                          |                |                          |
|--------------------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
| - Accesibilidad          | <input type="checkbox"/> | -Seguridad     | <input type="checkbox"/> |
| - Precios                | <input type="checkbox"/> | - Ferias       | <input type="checkbox"/> |
| - Campañas publicitarias | <input type="checkbox"/> | - Clima        | <input type="checkbox"/> |
| - Actividades Culturales | <input type="checkbox"/> | - Hoteles      | <input type="checkbox"/> |
|                          | <input type="checkbox"/> |                | <input type="checkbox"/> |
| - Atractivos Turísticos  |                          | - Restaurantes |                          |
| - Otro (especifique)     | _____                    |                |                          |

10. ¿ Indique los 3 principales factores que evitarían que usted visitara el Municipio de Concepción Batres? (favor marcarlos en orden de importancia, 1° más importante, 2° más importante y 3° más importante)

- |                                   |                          |
|-----------------------------------|--------------------------|
| - Inseguridad en la zona          | <input type="checkbox"/> |
| - Falta de atractivos turísticos  | <input type="checkbox"/> |
| - Falta de lugares de alojamiento | <input type="checkbox"/> |
| - Costos altos                    | <input type="checkbox"/> |
|                                   | <input type="checkbox"/> |

- No hay actividades interesantes ( ferias, festivales, carnavales, etc)

- Otro (especifique) \_\_\_\_\_

### **ANEXO 3**

#### **GUION DE ENTREVISTA PARA AUTORIDADES LOCALES DEL MUNICIPIO DE CONCEPCIÓN BATRES.**

1. ¿Qué apoyo brinda el Gobierno a la localidad para el desarrollo ecoturístico?
2. ¿Cuenta la Municipalidad con presupuesto necesario para poder desarrollar proyectos ecoturísticos?
3. ¿ De donde se obtiene el presupuesto?
4. ¿ Cuenta la Municipalidad con algún apoyo por parte de la empresa privada para el desarrollo ecoturístico?
5. ¿ Tiene la Municipalidad interés por desarrollar proyectos ecoturísticos en la zona?
6. ¿ En la actualidad, que actividades realizan para fomentar el desarrollo turístico en el Municipio?
7. ¿ A futuro, existe algún proyecto o programa para el desarrollo del ecoturismo?
8. ¿ Qué aspectos dificultan el desarrollo del ecoturismo en el Municipio?
9. ¿Qué beneficios traería desarrollar el ecoturismo en el Municipio?

## ANEXO 4

### LEY DE TURISMO

#### DECRETO No. 899

#### LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPÚBLICA DE EL SALVADOR, CONSIDERANDO:

- I. Que el Art. 101 de la Constitución establece que es obligación del Estado promover el desarrollo económico y social del país, propiciando el incremento de la producción, la productividad y la racional utilización de los recursos con que cuenta el mismo.
- II. Que el territorio de la República está dotado de recursos que por su ubicación geográfica y sus características culturales, históricas y naturales, tienen gran potencial de desarrollo turístico, cuya utilización racional contribuirá a mejorar y diversificar la oferta turística, a la creación de nuevos lugares de trabajo y, con ello, mayores niveles de ocupación y empleo y el mejoramiento de la calidad de vida de la población.
- III. Que es de interés nacional estimular el desarrollo de la actividad turística, como medio para contribuir al crecimiento económico y al desarrollo social del país, generando las condiciones más favorables para el desarrollo de la iniciativa privada, basada en la sostenibilidad como fórmula inseparable de la competitividad, en el respeto al medio ambiente y a los recursos naturales y culturales y en la diversificación del producto y a la mejora de la calidad de los servicios, como condiciones indispensables para asegurar la rentabilidad de la industria turística.
- IV. Que es necesario regular la protección, fomento, desarrollo y capacitación del sector turismo en el país, por medio de una Ley, a efecto de obtener los máximos beneficios para el sector, lo que contribuirá a la imagen e identidad del país como destino turístico.

#### ***POR TANTO,***

en uso de sus facultades constitucionales y a iniciativa del Presidente de la República, por medio de los Ministros de Hacienda, de Economía y de

Turismo y de los Diputados: Ciro Cruz Zepeda Peña, José Antonio Almendariz Rivas, Douglas Alejandro Alas García, Rolando Alvarenga

**Decreto No. 899 Pág. No. 2**

Argueta, Luis Roberto Angulo Samayoa, José Orlando Arévalo Pineda, Juan Francisco Villatoro, Noel Abilio Bonilla Bonilla, Miguel Ángel Jiménez, Roberto José d'Aubuisson Munguía, Guillermo Antonio Gallegos, Julio Antonio Gamero Quintanilla, Cesar Humberto García Aguilera, Noé Orlando González, Jesús Grande, Manuel de Jesús Gutiérrez Gutiérrez, Carlos Walter Guzmán Coto, Mariela Peña Pinto, José Rafael Machuca Zelaya, Mario Marroquín Mejía, Alejandro Dagoberto Marroquín, Manuel Vicente Menjivar Esquivel, Rubén Orellana, Rodolfo Antonio Parker Soto, Renato Antonio Pérez, William Rizziery Pichinte, Norman Noel Quijano González, José Mauricio Quinteros Cubías, Oscar Edgardo Mixco Sol, Dolores Alberto Rivas Echeverría, Federico Guillermo Ávila Quehl, Ernesto Antonio Angulo Milla, Enrique Alberto Luis Valdés Soto, Donato Eugenio Vaquerano Rivas, María Patricia Vásquez de Amaya, Carlos Mauricio Arias, Olga Elizabeth Ortiz, Nelson de la Cruz Alvarado, Mario Alberto Tenorio, Ernesto Iraheta, Alex Rene Aguirre, Hipólito Baltazar Rodríguez, Salvador Morales, José Vidal Carrillo y Gustavo Chiquillo.

**DECRETA** la siguiente:

**LEY DE TURISMO  
CAPÍTULO I  
OBJETO Y DEFINICIONES**

**Art. 1.-** La presente Ley tiene por objeto fomentar, promover y regular la industria y los servicios turísticos del país, prestados por personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras.

**Art. 2.-** Para los efectos de la presente Ley se entenderá por:

- a) Turismo o actividad turística: Las actividades que realizan las personas durante sus viajes en lugares distintos a los de su habitual residencia, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de recreación o descanso.
- b) Recursos Turísticos Nacionales: Todos los recursos y sitios recreativos, arqueológicos, culturales y naturales que se

**Decreto No. 899 Pág. No. 3**

encuentran dentro del país y que son considerados o desarrollados como atractivos turísticos.

- c) Industria y Servicios Turísticos: Las actividades que realizan los productores de bienes de consumo para turistas y los prestadores de servicios para la actividad turística, así como las instituciones

públicas y privadas relacionadas con la promoción y desarrollo del turismo en El Salvador.

- d) Turista: Toda persona que permanece al menos una noche fuera de su lugar habitual de residencia y que realiza actividad turística.
- e) Proyecto de Interés Turístico Nacional: Proyecto o Plan Maestro de construcción, remodelación o mejora de infraestructura y servicios turísticos, que es calificado como tal por el Órgano Ejecutivo en el Ramo de Turismo, en virtud de su interés y contexto recreativo, cultural, histórico, natural o ecológico, que lo hacen elegible para gozar de los incentivos que concede esta Ley.
- f) Región, Zona o Centro Turístico de Interés Nacional: Lugar o zona del territorio nacional que por sus características constituye un atractivo turístico real o potencial, pero carece de la infraestructura y servicios necesarios para desarrollarse y que sea declarado como tal por el Órgano Ejecutivo en el Ramo de Turismo.
- g) Empresas Turísticas: Las que ofrecen y prestan servicios a turistas en las áreas de información, transporte, alojamiento, alimentación y recreación.
- h) CORSATUR: Corporación Salvadoreña de Turismo.
- i) Cabotaje: servicios de transporte aéreo o marítimo proporcionados dentro del territorio nacional para fines turísticos.

**Art. 3.-** En el texto de la presente Ley, la referencia al Órgano Ejecutivo en el Ramo de Hacienda, o al Ministerio de Hacienda, se entenderá que alude a las Direcciones de dicho Ramo que sean competentes en razón de la clase de tributo.

Decreto No. 899 Pág. No. 4

## **CAPÍTULO II COMPETENCIAS EN MATERIA DE TURISMO**

**Art. 4.-** La Secretaría de Estado que de acuerdo al Reglamento Interno del Órgano Ejecutivo conozca de la materia de turismo en adelante la Secretaría de Estado, es el organismo rector en materia turística; le corresponde determinar y velar por el cumplimiento de la Política y del Plan Nacional de Turismo, así como del cumplimiento de los objetivos de la presente Ley y sus Reglamentos.

Las autoridades gubernamentales que tengan atribuidas facultades para la conservación del patrimonio natural, cultural e histórico del país velarán por el aprovechamiento integral, preservación y restauración de dichos recursos turísticos nacionales, en estrecha colaboración con la Secretaría de Estado.

**Art. 5.-** La Secretaría de Estado elaborará y ejecutará estudios y proyectos, a fin de permitir la identificación de áreas territoriales para desarrollo turístico.

**Art. 6.-** La Secretaría de Estado vigilará el estricto cumplimiento de las obligaciones que establece la presente Ley y su Reglamento por parte

de las empresas turísticas, especialmente de aquéllas que obtengan del Registro Nacional de Turismo la certificación y clasificación respectiva, de manera que dichos servicios se mantengan vigentes y correspondan a la clasificación y categoría aplicada.

**Art. 7.-** La Secretaría de Estado podrá ordenar inspecciones a los establecimientos que presten servicios turísticos, y los empresarios y sus dependientes o agentes facilitarán a los delegados acreditados el acceso a sus instalaciones y a los documentos relacionados con la prestación de servicios turísticos, en los casos siguientes:

- a) Cuando los interesados soliciten su inscripción en el Registro Nacional de Turismo, como empresa turística.
- b) Cuando los interesados soliciten el otorgamiento de incentivos fiscales, según se establece en la presente Ley.

**Decreto No. 899 Pág. No. 5**

- c) Cuando por cualquier medio tenga conocimiento del posible incumplimiento de las obligaciones legales que correspondan a las empresas turísticas.
- d) En cualquier otro caso que tenga por objeto el cumplimiento de esta ley o de convenios internacionales.

**Art. 8.-** Los recursos naturales, arqueológicos y culturales que integren el inventario turístico del país, serán preservados y resguardados por las instituciones a quienes legalmente correspondan tales atribuciones. Las entidades y organismos del Estado o de las municipalidades que tengan la atribución legal de autorizar construcciones, edificaciones o cualquier otro tipo de infraestructura, estarán obligadas a respetar y mantener la vocación turística de tales recursos y las de su ámbito de influencia, para lo cual las construcciones, edificaciones e infraestructuras que se autoricen deberán ser compatibles con los elementos necesarios para el desarrollo turístico de las mismas.

### **CAPÍTULO III**

#### **DEL REGISTRO NACIONAL DE TURISMO**

**Art. 9.-** Habrá un Registro Nacional de Turismo, el cual tendrá jurisdicción nacional y dependerá de CORSATUR, quien ejercerá su administración y control, en el que podrán inscribirse las empresas turísticas que operen en el país, las cuales gozarán de los beneficios y de los incentivos que confiere la presente Ley cuando así lo soliciten y cumplan los requisitos legales.

### **CAPÍTULO IV**

#### **DE LAS OBLIGACIONES DE LAS PERSONAS INSCRITAS EN EL REGISTRO**

**Art. 10-** Los titulares y sus Empresas Turísticas inscritas en el Registro, estén o no acogidas a los incentivos fiscales establecidos en la presente ley, tendrán las siguientes obligaciones:

**Decreto No. 899 Pág. No. 6**

- a) Dar estricto cumplimiento a lo dispuesto en la presente Ley y sus reglamentos.
- b) Proporcionar la información y documentos que les sean solicitados con relación al desarrollo de sus actividades; tal información tendrá tratamiento confidencial, excepto datos consolidados del sector y sus actividades.
- c) Facilitar el ingreso a sus instalaciones a los funcionarios y empleados debidamente acreditados, cuando en cumplimiento de sus responsabilidades así lo soliciten.

En este caso, la Secretaría de Estado deberá proporcionar a sus delegados la identificación correspondiente, la cual deberá estar vigente y portarse visiblemente. Estos no podrán en ningún momento divulgar a terceros información confidencial que les sea proporcionada por las Empresas Turísticas, caso contrario quedarán sujetos a las sanciones legales pertinentes.

**Art. 11.-** Las personas que gocen de los incentivos fiscales establecidos en la presente Ley, además de lo anterior, deberán dar cumplimiento a las siguientes obligaciones:

- a) Utilizar los incentivos fiscales otorgados, para los fines exclusivos de la actividad incentivada.
- b) Cumplir con las disposiciones legales vigentes en materia de infraestructura turística, normas de calidad y dotación de servicios.
- c) Comunicar a la Secretaría de Estado las modificaciones en los planes y proyectos que sobre el giro de la empresa hubiere realizado, en el plazo de diez días hábiles posteriores a la modificación, e informar de la venta o traspaso de sus activos o acciones en el plazo de diez días hábiles posteriores a la venta o traspaso.
- d) Permitir y facilitar la práctica de inspecciones por parte de delegados debidamente acreditados, tanto de la Secretaría de Estado como del Ministerio de Hacienda proporcionando el acceso

**Decreto No. 899 Pág. No. 7**

- a) a la documentación y a la información relativa a la actividad incentivada, que en el ejercicio de sus funciones le soliciten.

**Art. 12.-** Las empresas turísticas tienen la obligación de facilitar a los turistas una información objetiva y veraz sobre los lugares de destino y sobre las condiciones de viaje, recepción y estadía.

Además asegurarán la absoluta transparencia de las cláusulas que propongan a sus clientes, tanto en lo relativo a la naturaleza, al precio, reservaciones y a la calidad de las facilidades que se comprometen a prestar.

**Art. 13.-** Las empresas turísticas, en cooperación con las autoridades públicas, velarán por la seguridad, la prevención de accidentes, la protección sanitaria y la higiene alimenticia de quienes recurran a sus servicios.

**Art. 14.-** Toda infraestructura y actividad turística se programará de forma que se proteja el patrimonio natural que constituyen los ecosistemas y la diversidad biológica, y que sean preservadas las especies en peligro, la fauna y la flora silvestre.

Las empresas que desarrollen actividades turísticas estarán sometidas a las limitaciones impuestas por las autoridades, cuando aquéllas se ejerzan en espacios particularmente vulnerables, tales como, regiones litorales, bosques tropicales o humedales, que sean idóneos para la creación de parques naturales o reservas protegidas.

**Art. 15.-** Las políticas y actividades turísticas se llevarán a cabo con respeto al patrimonio artístico, arqueológico y cultural; y se organizará de modo tal que permita la supervivencia, enriquecimiento y el florecimiento de la producción cultural, artesanal y folklórica.

## **CAPÍTULO V**

### **DE LOS INGRESOS PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA**

**Art. 16.-** Se establece una contribución especial para la promoción del turismo, la cual tendrá dos hechos generadores diferenciados:

**Decreto No. 899 Pág. No. 8**

- a) El pago de alojamiento, por parte del sujeto pasivo, en cualquier establecimiento que preste tal servicio;
- b) La salida del territorio nacional, por parte del sujeto pasivo, por vía aérea.

En el primer caso, la contribución especial para la promoción del desarrollo turístico será de un 5% aplicado sobre la base del precio diario del servicio de alojamiento que utilice el sujeto pasivo. En dicha base de cálculo se excluirá el monto pagado en concepto de Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios, así como el precio de cualquier otro servicio que no sea estrictamente el de alojamiento.

En el segundo caso, el monto de la contribución especial será de siete Dólares de los Estados Unidos de América (US\$7.00), por salida y por persona.

Se declaran exentas del pago de la contribución especial para la promoción del desarrollo turístico cuyo hecho generador es la salida del

territorio nacional por vía aérea a las tripulaciones de las naves aéreas comerciales y militares, las misiones oficiales nacionales y extranjeras, las delegaciones deportivas nacionales o extranjeras y representantes de organismos internacionales. En este último caso, la calificación para gozar de dicha exención se solicitará por parte del Órgano Ejecutivo en el Ramo de Relaciones Exteriores al Ministerio de Hacienda.

**Art. 17.-** La contribución especial establecida en el artículo que antecede será recaudada por el establecimiento hotelero del que haga uso el sujeto pasivo o, en su caso, la empresa aérea que preste el servicio de transporte. La recaudación se efectuará en el momento de la realización del pago de los servicios por parte del sujeto pasivo, debiendo especificarse el monto de la contribución por separado en el documento que de acuerdo a las leyes fiscales se extienda para comprobar el pago.

**Art. 18.-** Dentro de los primeros diez días hábiles de cada mes, la empresa responsable de su captación deberá enterar los recursos recaudados del mes anterior al Fondo General del Estado, mediante

**Decreto No. 899 Pág. No. 9**

declaración rendida en formularios especiales que proporcionará la Administración Tributaria.

Las sanciones por no efectuar la percepción establecida en el presente artículo o por no enterar sus montos al fisco serán las establecidas en el Art. 246 del Código Tributario y para su imposición el Ministerio de Hacienda, seguirá los procedimientos establecidos en el cuerpo legal citado. En estos casos el Ministerio de Hacienda tendrá la facultad de determinar el monto de la recaudación dejada de percibir.

**Art. 19.-** En las partidas presupuestarias que se asignen anualmente a CORSATUR en el Presupuesto General del Estado, se incluirán los montos a generarse por el pago de la contribución especial establecida en el Art. 16 de la presente Ley. Dicha asignación podrá ser ampliada, previa aprobación de la Asamblea Legislativa, con el exceso del monto de los ingresos recaudados en el concepto de la contribución a la que se refiere el mencionado artículo.

## **CAPÍTULO VI FOMENTO A LA INDUSTRIA TURÍSTICA**

### **Sección A**

#### **De los Beneficios e Incentivos**

**Art. 20.-** Los beneficios e incentivos que se establecen en la presente Ley están dirigidos a promover el desarrollo turístico del país, el incremento de inversiones nacionales y extranjeras para ese fin, y la descentralización y aumento de oportunidades de empleo en zonas turísticas del país.

**Art. 21.-** Toda persona natural o jurídica y sus empresas turísticas inscritas en el Registro podrán gozar de los beneficios generales que a continuación se señalan:

- a) Inclusión en el catálogo de la oferta turística de El Salvador que al efecto prepare CORSATUR.

**Decreto No. 899 Pág. No. 10**

- b) Información y respaldo de la Secretaría de Estado ante las diversas oficinas gubernamentales, cuando el interés turístico nacional lo amerite.
- c) Apoyo de la Secretaría de Estado cuando sea solicitado por gremiales del sector y sea en beneficio del sector turístico nacional.
- d) Participación en candidaturas para el otorgamiento de premios y reconocimientos de la industria turística que sean realizados por la Secretaría de Estado.
- e) Apoyo a las entidades y organismos gubernamentales o privados en la creación de parques nacionales o áreas naturales protegidas, cuando ello tenga verdadero alcance turístico.

## Sección B

### Condiciones y Regulaciones para el Otorgamiento de los Incentivos

**Art. 22.-** Para los efectos señalados en la presente Ley, el otorgamiento de incentivos fiscales en forma asociada sólo aplicará, cuando los proyectos de inversión se realicen dentro de una misma área geográfica, la cual será declarada como Proyecto de Interés Turístico Nacional por Acuerdo emitido por la Secretaría de Estado y los incentivos por Acuerdo emitido por el Ministerio de Hacienda. Estas áreas podrán estar localizadas en cualquier parte del país con vocación turística.

El otorgamiento de incentivos fiscales a las empresas turísticas beneficiadas, será realizado mediante Acuerdo Ejecutivo emitido por el Órgano Ejecutivo en el Ramo de Hacienda, previa opinión favorable de la Secretaría de Estado, la que se encargará de verificar en coordinación con el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales y con el Consejo Nacional para la Cultura y el Arte, el cumplimiento de las disposiciones establecidas en los Arts. 14 y 15 de esta Ley, así como de los requisitos, procedimientos, normas y condiciones establecidas en el reglamento respectivo.

**Decreto No. 899 Pág. No. 11**

La vigilancia y control de las inversiones realizadas con los beneficios establecidos en el presente Capítulo, será responsabilidad de la Secretaría de Estado a través de delegados debidamente identificados y autorizados por la misma.

**Art. 23.-** Será competencia del Órgano Ejecutivo en el Ramo de Hacienda, según sea el caso, ejercer la vigilancia y control del régimen fiscal de las actividades incentivadas.

No obstante lo anterior, las personas naturales o jurídicas que ejerzan funciones de auditoría, y concretamente en dicha labor relacionada a los estados financieros de empresas amparadas a esta Ley, estarán obligadas a examinar y evaluar el correcto uso y aplicación de los incentivos derivados de la misma.

**Art. 24.-** Los bienes que hayan sido importados al amparo de los incentivos de la presente Ley, no podrán ser transferidos a terceros antes del plazo establecido en el Reglamento de la Presente Ley.

Estos bienes, deberán ser reexportados o pagar los impuestos que existían al momento en que se otorgó la libre introducción de aquéllos, cuando la empresa beneficiada deje de operar en el país, antes del plazo establecido en el Reglamento de la presente Ley, a menos que se transfieran de acuerdo a las excepciones que para su efecto señalará el mismo Reglamento.

## **CAPÍTULO VII DE LAS INFRACCIONES Y SANCIONES**

**Art. 25-** Las infracciones cometidas por los empresarios del turismo, para los efectos de esta Ley, son las siguientes:

a) Dar uso diferente al autorizado a los incentivos fiscales y a los bienes que hayan sido importados al amparo de los incentivos de la presente Ley; o no tener debidamente identificados los bienes importados al amparo de la presente Ley como de uso exclusivo para la actividad incentivada.

**Decreto No. 899 Pág. No. 12**

b) Suministrar datos falsos a las entidades u organismos mencionados en la presente Ley, o no enviar la información que les sea requerida por autoridad competente.

c) Falsificar la inscripción en el Registro.

d) Cobrar impuestos, derechos u otros tributos en ocasión de la prestación de servicios que no sean los establecidos en las Leyes.

e) No informar a la autoridad respectiva acerca de la venta o traspaso de activos o acciones referidas en el literal c) del Art. 11.

f) Negar u obstaculizar la función supervisora de las autoridades competentes.

g) No comparecer sin causa justificada a las citaciones que en legal forma les hicieren las instituciones mencionadas en la presente, según sus respectivas competencias legales.

h) Realizar, en ocasión de la prestación de sus servicios, actos discriminatorios por razones de género, nacionalidad, etnia, preferencia sexual, religión o cualquier otra particularidad.

- i) Incumplir con cualquier otra obligación no especificada en el presente artículo, ya sea contenida en esta Ley, en su reglamento o en cualquier otra ley que regule la materia.

**Art. 26.-** Se sancionarán las infracciones a la presente Ley, así:

- a) LEVE: Multa de veinte salarios mínimos vigentes para la industria en la Ciudad de San Salvador.
- b) GRAVE: Multa de treinta salarios mínimos vigentes para la industria en la Ciudad de San Salvador.
- c) MUY GRAVE: Multa de cuarenta salarios mínimos vigentes para la industria en la Ciudad de San Salvador.

**Decreto No. 899 Pág. No. 13**

Las sanciones señaladas se aplicarán sin perjuicio de otras que las leyes respectivas señalen para tales actos u omisiones. El cumplimiento de la sanción no eximirá al infractor de la obligación de cumplir con las obligaciones reguladas en esta Ley.

**Art. 27.-** Para los efectos del artículo anterior, se entenderán como infracciones muy graves las contenidas en el artículo 25, en los literales a), b), c) y d); como infracciones graves las contenidas en los literales e) y f); y como infracciones leves, las contenidas en los literales g) y h).

Cuando se incurra en una infracción sancionada con multa muy grave se revocará definitivamente el Acuerdo que concede los incentivos y se ordenará la cancelación del asiento de la empresa en el Registro. Igual sanción procederá en caso de incurrir reiteradamente en infracciones graves.

Cualquier otra infracción a la presente Ley, su reglamento, o cualquier otra ley sobre la materia, será sancionada de la misma forma que las infracciones graves contenidas en la presente Ley.

**Art. 28.-** La Secretaría de Estado podrá ordenar la investigación de las infracciones y la aplicación de sanciones de las violaciones a lo dispuesto en esta Ley y sus Reglamentos.

## **CAPÍTULO VIII DEL PROCEDIMIENTO SANCIONADOR**

**Art. 29.-** Cualquier interesado podrá solicitar que se inicie investigación con el fin de hacer efectivas las responsabilidades que correspondan por la infracción a esta Ley y sus Reglamentos.

**Art. 30.-** La Secretaría de Estado, cuando por cualquier medio tenga conocimiento de incumplimiento de las obligaciones legales por parte de los titulares y/o de sus empresas turísticas, estará en la obligación de iniciar inmediatamente el proceso de investigación correspondiente.

**Art. 31.-** La Secretaría de Estado investigará el hecho denunciado y si en el informe correspondiente, aparece que se ha cometido una infracción a

**Decreto No. 899 Pág. No. 14**

esta Ley, y sus Reglamentos, se abrirá el expediente administrativo correspondiente.

La Secretaría de Estado notificará al presunto infractor, con copia del informe a que se refiere el inciso anterior, a fin de concederle audiencia dentro del tercer día hábil contado a partir del día siguiente al de la notificación respectiva.

**Art. 32.-** Vencido el plazo al que se refiere el artículo anterior, si fuere procedente, se abrirá a pruebas el expediente por un período de diez días hábiles, contados a partir del día siguiente al de la notificación, para que comparezca con las pruebas que pueda aportar. Concluido el término de prueba, en su caso, se emitirá la resolución correspondiente, imponiéndose o no la sanción que corresponda conforme a esta Ley.

**Art. 33.-** De la resolución emitida, se admitirá el recurso de revocatoria dentro de tres días hábiles siguientes de la notificación respectiva. Interpuesto el recurso en tiempo, el titular de la Secretaría de Estado resolverá lo que corresponda en la siguiente audiencia.

**Art. 34.-** Toda multa que se imponga en virtud de esta Ley, deberá pagarse dentro de los cinco días hábiles siguientes a la fecha en que se notifique al sancionado la resolución definitiva que la ordena.

**Art. 35.-** La facultad para investigar e imponer las sanciones originadas por las infracciones a la Ley o sus Reglamentos, prescribe a los seis meses para las infracciones leves y graves y en un año para las infracciones consideradas como muy graves; en ambos casos los plazos se contarán a partir de la fecha en que la infracción haya sido cometida.

## **CAPÍTULO IX**

### **DISPOSICIONES TRANSITORIAS**

**Art. 36.-** Durante el plazo de cinco años contados a partir de la vigencia de la presente Ley, toda nueva inversión que sea calificada como Proyecto de Interés Turístico Nacional, por un monto de capital propio de al menos Cincuenta mil Dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 50,000.00), tendrá derecho a los siguientes incentivos:

**Decreto No. 899 Pág. No. 15**

- a) Exención del impuesto sobre Transferencia de bienes raíces que afecte la adquisición del inmueble o inmuebles que serán destinados al proyecto.
- b) Exención de los derechos e impuestos, incluyendo el Impuesto a la Transferencia de Bienes Muebles y a la Prestación de Servicios, en la importación de sus bienes, equipos y accesorios, maquinaria, vehículos, aeronaves o embarcaciones para cabotaje y los materiales de construcción para las edificaciones del proyecto. El monto exonerado no podrá ser mayor al 100% del capital propio invertido del proyecto en cuestión.

- c) Exención del pago del Impuesto Sobre la Renta por el período de 10 años, contados a partir del inicio de operaciones.
- d) Exención parcial de los impuestos municipales por el período de 5 años, contados a partir del inicio de operaciones, relativas a las actividades turísticas hasta por un 50% de su valor. Para ello, el interesado presentará al municipio correspondiente su inscripción en el registro turístico, la calificación de proyecto turístico otorgada por Acuerdo Ejecutivo en el Ramo de Turismo y certificación de la declaración de renta presentada al Ministerio de Hacienda.

Estos incentivos podrán ser solicitados por una sola vez durante el plazo establecido en el inciso primero del presente artículo; no obstante lo anterior, si se realizaran dentro de dicho plazo, ampliaciones en la infraestructura de la empresa turística solicitante, cada una de ellas por un monto equivalente al establecido en el inciso primero de este artículo, podrán solicitar la concesión de incentivos por cada una de dichas ampliaciones.

La calificación a la que se refiere el inciso primero del presente artículo, será otorgada por Acuerdo Ejecutivo en el Ramo de Turismo.

**Art. 37.-** Todas las empresas beneficiadas con los incentivos establecidos en la presente Ley, deberán contribuir con un 5% de las ganancias obtenidas durante el período de exoneración, dicho porcentaje

**Decreto No. 899 Pág. No. 16**

será agregado a las contribuciones especiales establecidas en esta Ley para la promoción del turismo.

## **CAPÍTULO X**

### **DISPOSICIONES FINALES, DEROGATORIAS, Y VIGENCIA**

**Art. 38.-** Las disposiciones de la presente Ley, por su carácter especial, prevalecerán sobre las disposiciones contenidas en otras leyes. Además, la aplicación de sus disposiciones se harán en la forma que mejor garantice la eficacia de las competencias atribuidas para el logro de sus fines.

**Art. 39.-** El Presidente de la República emitirá los Reglamentos de aplicación de la presente Ley.

**Art. 40.-** Deróganse las siguientes leyes:

- a) Decreto Legislativo No. 367, de fecha 28 de junio de 1967, publicado en el Diario Oficial No. 117, Tomo No. 215, del 29 de ese mismo mes y año que contiene la Ley de Fomento de la Industria Turística;
- b) Decreto Legislativo No. 134, de fecha 28 de junio de 1984, publicado en el Diario Oficial No. 159, Tomo No. 284, de fecha 28

de agosto de ese mismo año que contiene la Ley Transitoria de Reactivación de la Industria Turística; y,

**Art. 41.-** La presente Ley entrará en vigencia ocho días después de su publicación en el Diario Oficial.

**DADO EN EL SALÓN AZUL DEL PALACIO LEGISLATIVO,** San Salvador, a los diez días del mes de diciembre del año dos mil cinco.

Decreto No. 899 Pág. No. 17

**Ciro Cruz Zepeda Peña**

**Presidente**

**José Manuel Melgar Henríquez José Francisco Merino López**

**Primer Vicepresidente Tercer Vicepresidente**

**Marta Lilian Coto Vda. de Cuéllar José Antonio Almendáriz Rivas**

**Primera Secretaria Tercer Secretario**

**Elvia Violeta Menjívar**

**Cuarta Secretaria**

LA