

UNIVERSIDAD DOCTOR ANDRÉS BELLO

DIRECCIÓN NACIONAL DE INVESTIGACIÓN Y PROYECCIÓN SOCIAL.

MODELO DE DESARROLLO DE TURISMO COMUNITARIO RURAL DEL
MUNICIPIO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES, CON ÉNFASIS EN: DESTINOS Y
PRODUCTOS CON IDENTIDAD.

© Universidad Doctor Andrés Bello, 2010.

Investigadores:

Iris Aída Méndez Mata

Ernesto José Andrade Medina

Todos los derechos reservados. Se permite su reproducción parcial o total para fines académicos previa autorización de la Universidad Doctor Andrés Bello.

INDICE DE CONTENIDOS

RESUMEN:.....	1
1 INTRODUCCIÓN:.....	3
2 OBJETIVOS:.....	5
2.1 Objetivo General:	5
2.2 Objetivos Específicos:	5
3 MARCO TEORICO	6
3.1 EL TURISMO	6
3.2 Turismo como actividad económica	7
3.3 El Turismo en El Salvador.	9
3.4 Turismo Rural Comunitario.	10
3.2 DESCRIPCIÓN DE DESTINOS Y PRODUCTOS CON IDENTIDAD DE SAN MIGUEL TEPEZONTES.....	14
3.3.1 PRODUCTOS CON IDENTIDAD	14
3.3.1.2 Tamal de Pescado.....	15
3.3.1.3 Micro empresas productoras de café.....	15
3.3.1.4 Planta de Procesamiento el Tepezonteño.	16
3.3.1.5 Cooperativa pesquera San José el pegadero.	18
3.3.1.6 Micro productoras de San Miguel Tepezsontes (sector gastronómico). 18	
3.3 DESTINOS TURISTICOS DE SAN MIGUEL TEPEZONTES.....	19
3.3.1 Mirador de Altos de Soledad Las Flores.....	20

3.3.2	Plan de La Laguna (Plan de la Posa Verde):.....	21
3.3.3	Mirador “Finca El Mojón”	22
3.3.4	Isla de los patos	23
4	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN.	23
4.1	DESCRIPCIÓN DEL LUGAR DE ESTUDIO.....	24
4.1.1	Municipio de San Miguel Tepezontes:	24
4.2	Población:.....	26
4.3	Perfil de la Muestra.....	26
4.4	Muestra.....	26
4.5	Instrumento de Recolección de Datos	27
5	ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	27
5.1	I PARTE: INFORMACIÓN RELEVANTE DE LA MICROEMPRESA.	27
3.4.1	29
5.2	II PARTE: INFORMACIÓN RELEVANTE DE LOS EMPLEADOS DE SU EMPRESA.....	36
6	DISCUSIÓN	39
7	CONCLUSIONES	40
8	RECOMENDACIONES	41
9	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	42
10	ANEXOS	44

INDICE DE FIGURAS.

Figura 1.Tamal Nixtapite plato típico de San Miguel Tepezontes.	14
Figura 2.: Tamal de pescado del municipio de San miguel Tepezontes.	15
Figura 3.Micro empresas productoras de café en el Municipio: Cafelis, Hanna´s coffe y café Tepezun.	16
Figura 4.Productos de Planta de procesamiento el Tepezonteño.	18
Figura 5.Cooperativa el pegadero ubicada a las orillas del lago de Ilopango en el Municipio de San Miguel Tepezontes.	18
Figura 6.Micro productoras del Sector gastronómico de San Miguel Tepezontes.....	19
Figura 7.Mirador de Altos de Soledad Las Flores.	20
Figura 8.Plan de La Laguna (Plan de la Posa Verde).	21
Figura 9. Mirador “Finca El Mojón”.	22
Figura 10.Isla de los patos.....	23
Figura 11.municipio de San Miguel Tepezontes (tomada de Google Earth).	26

INDICE DE GRAFICAS.

Grafica 1.Porcentaje de los Microempresarios del Municipio que son originarios de la zona.	28
Grafica 2.Porcentaje del rubro al cual pertenece su Microempresa.	29
Grafica 3.En el sector primario a que se dedica San Miguel Tepezontes.	30
Grafica 4.En el sector secundario a que se dedica San Miguel Tepezontes.	31
Grafica 5.Tiempo de funcionabilidad operativa de la empresa.	31
Grafica 6.El porcentaje de Microempresas legalmente establecidas.	32
Grafica 7.Porcentaje de productos que son producidos y vendidos en la zona de San Miguel Tepezontes.....	33
Grafica 8.Nivel de ventas (en dólares) reportadas por las Microempresas.	34
Grafica 9.Oportunidad de crecimiento a partir de establecer una Ruta Turística en la zona La Panorámica.	34
Grafica 10.Acciones que tomaría para mejorar las condiciones de su Microempresa. ...	35
Grafica 11.Cantidad de empleados contratados por su empresa.	36
Grafica 12.Tipo de capacitaciones había recibido los empleados de la Microempresa...	37
Grafica 13.competencias que necesita su personal.	38

RESUMEN:

El Turismo Rural Comunitario es una modalidad de turismo que contribuye a la valoración de lugares cuya belleza escénica es representativa de las áreas rurales, así mismo favorece la conservación de los recursos naturales de las zonas, el visitante disfruta y valora los escenarios sin ninguna intervención ni modificación de los habitantes, esta modalidad de turismo incluye el ecoturismo, turismo de aventura, etnoturismo y el agroturismo.

Este turismo es inclusivo porque distribuye de manera más equitativa los beneficios que genera entre los habitantes de la zona, abriendo oportunidades de que todos se incorporen en la atención a visitantes sin requerimientos ni inversiones mayores ya que ellos se involucran en las actividades que los habitantes realizan de manera cotidiana. Este estudio se elaboró con el objetivo de crear un modelo de desarrollo del turismo comunitario rural en el municipio de San Miguel Tepezontes con énfasis en: Destinos y productos con identidad, que por sus atractivos se convierte en una alternativa de destino turístico rural comunitario.

Para la ejecución del mismo se elaboró un instrumentos para la recolección de datos proporcionados por los micro empresarios del Municipio quienes fueron tomados en cuenta porque que en la medida que se fomente una iniciativa empresarial local para la articulación de una oferta de productos con identidad y destinos ellos podrán tener la oportunidad de desarrollar sus negocios con el impulso del turismo comunitario rural en la zona.

El perfil establecido para los micro empresas es el siguiente : Establecida en el municipio, que tengan producción continua en las diferentes áreas, las predominantes fueron los que se dedican al cultivo, procesamiento y comercialización de café seguido por los que se dedican a la piscicultura, elaboración y comercialización de productos confitados, vinos shampoo, Gastronomía de la zona, estas generadoras de empleo para los habitantes del municipio y con la disponibilidad de brindar la información requerida en el instrumento, esta sirve como insumo para la determinación de las características de la micro empresa y el potencial económico con que cuentan así como la identificación de necesidades que una vez solventadas pueden elevar las capacidades productivas de las mismas, con la visión de

que estas contribuyan a convertir al Municipio en un opción de destino con características específicas en la rama de turismo rural comunitario, como también que contribuyan en el desarrollo local de la zona.

1 INTRODUCCIÓN:

Turismo Rural es el conjunto de actividades turísticas que se realizan en los medios rurales y que se basan en las ventajas que presenta el entorno natural y humano específico de esas zonas.¹

El turismo rural está enfocado a la visita de lugares en las áreas rurales de nuestro país estas pueden ser también visitas a amistades o parientes en el campo, habitualmente en pequeñas localidades (menores a los 1.000 o 2.000 habitantes) o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño donde se puede disfrutar de fiestas patronales, remembranza de épocas, saborear platos típicos y exóticos en festivales gastronómicos; el convivir con los habitantes de los lugares, el contacto respetuoso con el entorno natural, con las tradiciones, la cultura, el compartir con la población local son características del turismo comunitario rural a este pertenecen el ecoturismo, el turismo de aventura, el etno turismo y el agroturismo.

El turismo rural se puede convertir en una opción de desarrollo para los municipios y fortalecimiento económico para los habitantes que pueden adoptar los gobiernos locales para potenciar las características de todos los recursos con los que cuentan, así como crear un sector que apoye el desarrollo local y como una medida para generar fuentes de empleo y frenar las emigraciones a las ciudades o hacia el extranjero.

El turismo ayuda a desarrollar las iniciativas empresariales locales en este caso las micro empresas que están enfocadas a ofertar productos de la zona, ya que en la medida que el turismo se desarrolle en el municipio la demanda que estas tengan aumentara por la visita de personas al lugar, por lo que es importante integrar el tejido productivo a la oferta turística, trabajando en conjunto se contribuirá al desarrollo del municipio de San Miguel Tepezontes.

¹ Corporación Salvadoreña de Turismo de El Salvador, Plan estratégico para el impulso y desarrollo de turismo en El Salvador.

En el municipio existen varias micro empresas que se dedican a la producción y comercialización de diversos productos estas en su mayoría están conformadas por familias del lugar, con un número reducido de empleados permanentes y algunos que son contratados únicamente por temporadas las instalaciones suelen ser pequeñas y con un número reducido de maquinaria para producir, con la característica que ofrecen productos de calidad.

El turismo de la mano de las pequeñas empresas del municipio son una combinación que se pueden favorecer mutuamente, con el fomento de este en el lugar las micro empresas tendrán oportunidades de crecer con la mayor demanda por parte de las personas y de igual manera en la medida que los turistas encuentren productos que comprar tendrán más motivos para visitar el lugar.

2 OBJETIVOS:

2.1 Objetivo General:

Elaborar un modelo de desarrollo del turismo comunitario rural del Municipio de San Miguel Tepezontes, Con Énfasis En: Destinos y Productos Con Identidad.

2.2 Objetivos Específicos:

- Identificar los destinos y productos con identidad del Municipio de San Miguel Tepezontes.
- Identificar las micro empresas del municipio proponiendo el enfoque de asociatividad, encadenamiento productivo y cadenas de valor en la zona.
- Tipificar la producción de las micro empresas con énfasis en productos con identidad.
- Establecer estrategias que permitan el desarrollo del turismo rural comunitario en el Municipio.
- Transferir los resultados de la investigación al gobierno local y al tejido productivo del municipio de San Miguel Tepezontes.

3 MARCO TEORICO

3.1 EL TURISMO

Se denomina turismo al conjunto de actividades que realizan los individuos durante sus viajes y estancias en lugares diferentes a los de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año. La actividad turística generalmente se realiza con fines de ocio, aunque también existe el turismo por negocios y otros motivos.²

El turismo, tal como se conoce en la actualidad, nació en el siglo XIX como una consecuencia de la Revolución Industrial, que permitió los desplazamientos con la intención de descanso, ocio, motivos sociales o culturales. Anteriormente, los viajes se encontraban relacionados con el comercio, los movimientos migratorios, las conquistas y las guerras. Es una actividad esencial de la vida de las naciones por sus consecuencias directas para los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades nacionales y para sus relaciones internacionales (Declaración de Manila).

El elemento fundamental del turismo es el poner en contacto directo al individuo con su medio natural. La finalidad de la actividad turística es proporcionar la infraestructura, los medios y las facilidades para su cumplimiento.

Fines del turismo³:

a. Fines primarios:

- Satisfacer al individuo.
- Crear nuevas expectativas de conocimiento e interés.
- Mejorar la calidad de vida.
- Propiciar la integración de los pueblos.

² Organización Mundial del Turismo Volumen 6 • Nº 1 • Madrid(España)Primera edición, 2008

³ Ibid.

b. Fines secundarios:

- Crear una estructura socioeconómica sólida.
- Contribuir al desarrollo económico y cultural de los pueblos.

El turismo se entiende como una actividad esencial para la vida de las naciones, debido a sus efectos directos sobre los sectores sociales, culturales, educativos y económicos de las sociedades nacionales y sobre sus relaciones internacionales por todo el mundo. Su expansión está relacionada con el desarrollo socioeconómico de las naciones y depende del acceso del hombre al descanso creativo y a las vacaciones y a su libertad de viajar, en el marco del tiempo libre y del asueto, cuyo carácter profundamente humano queda destacado por el turismo. Su propia existencia y su desarrollo están absolutamente vinculados a un estado de paz duradera, al cual por su parte tiene que contribuir.⁴

3.2 Turismo como actividad económica.

El turismo es una actividad económica porque genera divisas para el país en el que se realiza, formando así parte importante del producto interno bruto del mismo; todas las personas que se relacionan con la actividad turística tienen un beneficio económico directo o indirecto por ejemplo el turismo por cada persona empleada en esta actividad genera diez empleos más indirectamente ya sea prestando servicios en alojamiento, alimentación, o venta de artesanías en su lugar de origen; otro ejemplo en el que el turismo influye económicamente es en el desarrollo de las comunidades a nivel mundial con lo llamado turismo comunitario en el que todas las familias de un lugar determinado por medio de la actividad turística obtienen un beneficio para sí mismas y para su comunidad mejorando así su nivel de vida.⁵

El turismo presenta una serie de ventajas sobre otras modalidades de actividades productivas, que la hacen muy interesante como una fuente de desarrollo económico para

⁴ Informe de la Organización Mundial del Turismo, 11 de Sep.2008

⁵ Buenas tareas, El turismo como actividad Económica; www.buenastareas.com/...Turismo-Como-Actividad-Económica/184083.html, 11 de diciembre 2010.

áreas de baja renta y muy particularmente para los países en vías de desarrollo entre las que se pueden señalar algunas como las siguientes:

- Captación de divisas: El turismo supone una industria exportadora que capta con extrema facilidad divisas, puesto que el turista visita el país y consume el producto/servicio sobre el terreno.
- Generación de empleo Se trata además de una actividad de prestación de servicios que necesita de mucho personal.
- Gama de puestos de trabajo: El turismo posibilita ofertar al mercado laboral una gama muy diversificada de puestos de trabajo desde los más complejos, que requieren de una mayor acumulación de habilidades y capital humano, hasta los más sencillos y simples
- Inclusión de género, la actividad turística emplea proporcionalmente más mujeres y jóvenes que otras industrias o sectores.
- Difusión geográfica de la actividad y el empleo: La actividad turística contribuye a una mayor difusión geográfica del empleo, cosa especialmente importante para las zonas periféricas, remotas y rurales.
- Bajas Exigencias de Inversión: La acumulación de capital físico y humano, no es tan relevante como en otros sectores industriales, ya que las exigencias de capitalización no son tan importantes, ni tan cuantiosas como en otros sectores industriales; en el caso del turismo la base de capital natural y capital patrimonial, es la fundamental como activo para el desarrollo de una industria turística.
- Generación de Tejido Empresarial: La actividad turística genera muchas oportunidades para la aparición de PYMES y pequeños emprendedores, cuyo efecto más inmediato es la generación de un cierto tejido empresarial, y el desarrollo de una amplia gama de PYMES.
- Innovaciones tecnológicas posibilitan una mayor retención del valor: La revolución que acontece en nuestros días en el campo de la tecnología electrónica (tecnologías informacionales y telemáticas) a través un instrumento como es Internet, hace posible llegar a un número enorme de potenciales consumidores del producto turístico; con ello se acercan la Oferta de Información hacia la Demanda potencial de manera cuasi instantánea,

con lo que se reducen mucho los costes de la promoción, las oficinas de representación y los costes de intermediación.

- Tendencia a la generación de nuevos productos a pesar de coyunturas desfavorables. Las tendencias del mercado apuntan hacia innovaciones en el concepto vacacional y de viajes; con una receptividad creciente hacia nuevos y más originales productos.
- Industria tendente a la sostenibilidad a pesar de la permanencia de prácticas poco sostenibles: La actividad turística necesita la sostenibilidad, necesariamente debe actuar respetuosamente con el medio ambiente (independientemente de que su impacto per se tienda a no ser tan alto, en , porque es consustancial a la Oferta Turística en nuestros días, ofrecer un comparación con otras industrias) por motivos de competitividad y competencia. producto turístico de calidad, lo que implica que de nada vale tener las mejores infraestructuras, los mejores equipamientos e instalaciones o el personal más cualificado, etc., si el entorno medioambiental donde se desarrolla la actividad turística y uno de los principales condicionantes de la misma (patrimonio natural, paisajístico, calidad del agua, calidad del aire, etc.) no está en buenas u óptimas condiciones.

3.3 El Turismo en El Salvador.

El turismo constituye uno de los mayores recursos para el desarrollo económico de El Salvador. A los excelentes atractivos naturales que posee el país, con playas paradisíacas, un clima tropical benigno y paisajes exuberantes, se une un importante patrimonio arqueológico y ecológico, con vestigios coloniales y precolombinos, además de reservas nacionales.

El Ministerio de Turismo de El Salvador, ha identificado el sector turismo como una de las actividades económicas que en la región Centroamericana, y en especial en El Salvador, presenta una ventaja comparativa en función de cuatro elementos⁶:

- a. La posición geográfica y la cercanía de la costa pacífica.
- b. Ser un país con diversidad de destinos turísticos.

⁶ Ministerio de Turismo de El Salvador, Plan Nacional de Turismo 2014

c. La variedad ecológica y recursos culturales importantes.

d. Las condiciones climáticas estables a lo largo del año.

Tipos de Turismo Practicados en el Salvador⁷:

- Turismo de Reuniones
- Turismo de Sol y Playa
- Turismo de Naturaleza
- Turismo Cultural
- Turismo de Surf
- Turismo de Cruceros
- Turismo Náutico y Pesca Deportiva
- Turismo de Negocios

En El Salvador existen también otras formas de desarrollo turístico. En muchas zonas rurales funciona una oferta basada en iniciativas comunitarias y de pequeños y medianos empresarios locales. Es una oferta popular, controlada esencialmente por las comunidades. La proximidad es la base fundamental de su desarrollo y se dirige en primer lugar a los mismos sectores populares del país, a visitantes de Centroamérica y a los salvadoreños que están en el extranjero y regresan al país de vez en cuando. Es un turismo basado en la memoria histórica, la naturaleza y el contacto con la gente del campo y sus formas de vida y producción tradicionales, este es llamado turismo rural comunitario.

3.4 Turismo Rural Comunitario.

Turismo Rural es el conjunto de actividades turísticas que se realizan en los medios rurales y que se basan en las ventajas que presenta el entorno natural y humano específico de esas zonas, Pertenecen a esta categoría el ecoturismo, el turismo de aventura, el etnoturismo y el agroturismo.⁸

⁷ Ibid.

⁸ Corporación Salvadoreña de Turismo de El Salvador, Plan estratégico para el impulso y desarrollo de turismo en El Salvador.

Esta no es una actividad sustitutiva de las actividades agropecuarias tradicionales (agricultura, ganadería, pesca), sino una forma de diversificar las actividades productivas en las comunidades rurales y complementar las economías de base familiar campesina, el visitante puede formar parte de las actividades que se realizan a diario en la zona involucrándose en ellas.

El Turismo Rural Comunitario es un tipo de turismo desarrollado en zonas rurales en el que la población local, en especial pueblos indígenas y familias campesinas, a través de sus distintas estructuras organizativas de tipo colectivo, ejercen un papel protagonista en su implementación, gestión y control, así como en la distribución de sus beneficios.⁹

Esta modalidad de turismo es más inclusiva porque distribuye de manera más equitativa los beneficios que genera, contribuye a la valoración de lugares cuya belleza escénica es representativa de la belleza rural, lo que favorece la conservación de valiosos recursos naturales como bosques, ríos, poza y lagunas. Estos recursos son protegidos por sus habitantes y valorados por su aporte ambiental y su contenido histórico. Al nivel territorial, esta modalidad de turismo tiene la potencialidad de vincular la gestión local del turismo con la gestión cultural y la conservación ambiental, fortaleciendo el protagonismo de los actores locales.

La principal diferencia entre turismo rural y turismo rural comunitario, es que este último es una actividad económica planificada por la organización comunal, y son los pobladores de las comunidades quienes participan en forma directa en la gestión de los servicios.

Muchos de los municipios de El Salvador cumplen con las características específicas para impulsar proyectos de turismo rural comunitario lo que necesitan son apoyos o iniciativas que les ayuden a fortalecer sus capacidades para poder impulsar este tipo de turismo.

El turismo rural comunitario (TRC) tiene su origen en la costumbre que tenían nuestros familiares de visitar a sus parientes fuera de la capital, o bien de provincia a provincia;

⁹ Ernest Cañada; Alba Sud ; Fundación Prisma; Aportes y retos del Turismo Rural Comunitario en Centroamérica;

actividad que realizaban los fines de semana, en época de vacaciones o en Semana Santa. En un primer momento, el turismo rural se identificó con el tipo de alojamiento que se ofertaba, el cual era en casas de familias. Posteriormente, el desplazarse al medio rural con la finalidad de disfrutar del paisaje y el entorno, se convirtió en referente y principal motivación del turismo rural.

Nuevas tendencias comienzan a surgir en el mundo de hoy, en el que aparece un nuevo tipo de viajero que busca una experiencia distinta, menos masiva y con un mejor contacto con las sociedades rurales. A las comunidades que empiezan a tomar algunas iniciativas para incorporarse a los circuitos turísticos consolidados del País, se les presenta una magnífica alternativa económica de desarrollo, y el turismo rural comunitario se convierte en uno de los medios más eficientes para mejorar la calidad y el bienestar de vida de los municipios. En un momento dado, el turismo rural evoluciona en función de las exigencias de los consumidores que adoptan un papel activo, es decir, empiezan a participar de las actividades que les ofrece el destino que visitan, e incluso demandan otras nuevas, como relatos de la historia oral de la comunidad y recorridos en lugares poco explorados. Pero sólo puede ser una parte. Por si sólo el TRC no puede ser la alternativa. Necesita construir una alianza con la pequeña y mediana empresa turística local y nacional.

Sólo la articulación de estos dos Grupos (comunitarios y pequeños y medianos empresarios locales y nacionales) puede permitir un desarrollo turístico de carácter endógeno.

Según Alba Sud y la Fundación Prisma en su estudio Aportes y retos del Turismo Rural Comunitario en Centroamérica, el turismo rural comunitario tiene los siguientes aportes¹⁰:

1. EMPLEO Y RECURSOS ECONÓMICOS DIRECTOS

Creación de empleo en el área rural.

¹⁰ Ernest Cañada; Alba Sud y Fundación Prisma; Aportes y retos del Turismo Rural Comunitario en Centroamérica; Mayo 2009.

Generación de recursos económicos distribuidos a lo largo de todo el año, o no necesariamente coincidentes con los ingresos derivados de las actividades económicas agropecuarias tradicionales.

Beneficios generados ayudan a mejorar el bienestar y condiciones de vida de la familia.

Mejoras significativas en alimentación y educación.

2. PROPIEDADES E INFRAESTRUCTURAS

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

3. RELACIONES DE GÉNERO

- Incrementa la participación y protagonismo en las mujeres en los asuntos públicos de la comunidad.
- La mujer dispone y controla de forma autónoma recursos económicos.
- Desarrolla trabajos menos pesados que en el campo.
- El contacto con mujeres y hombres de otros lugares favorece la visión de otros modos de relación entre género.

4. ECONOMÍA LOCAL

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

5. CULTURA

- Oportunidad de conocimiento, intercambio y enriquecimiento cultural.

- Reconocimiento y revalorización del campo.¹¹

3.2 DESCRIPCIÓN DE DESTINOS Y PRODUCTOS CON IDENTIDAD DE SAN MIGUEL TEPEZONTES.

San Miguel Tepezontes es un Municipio que cuenta con una gran riqueza natural y también de productos con identidad a continuación se hacen descripciones de cada uno de ellos.

3.3.1 PRODUCTOS CON IDENTIDAD

El municipio cuenta con una serie de productos con identidad que reafirma su lugar de origen estos contribuye a que las personas que lo consuman relacionen el producto con el lugar donde lo adquieren, que en este caso es el Municipio de San Miguel Tepezontes, algunos de estos productos son:

3.3.1.1 *Tamal Nixtapite.*



Figura 1. Tamal Nixtapite plato típico de San Miguel Tepezontes.

Este es un tamal elaborado a base de masa de semillas de ayote mejor conocido como alhuasiste, todo esto sazonado con comino, consomé de camarón, tomates, ajo, pimienta, este tamal lleva de relleno un pescado entero solo alineado, y está envuelto en hojas de caña

¹¹ Ibid

de Cristo, para evitar que la masa se salga se amarra el tamal con un mecate ya sea de mata de huerta o de tule, los tamales tardan media hora en cocinarse y los pobladores los acompañan de tortillas y limón.¹²

3.3.1.2 Tamal de Pescado.

El maíz en la cocina tradicional en el salvador, ha jugado un papel importante tanto en la vida material como espiritual. Antiguamente, éste formó parte de la dieta alimenticia de los indígenas en la actualidad en la mayoría de nuestros pueblos se consumen los tamales de diferentes tipos en este caso por la cercanía del municipio con el lago de Ilopango se elaboran los tamales de pescado con masa de maíz y rellenos de una porción de pescado, estos se encuentran en cualquier época del año en el municipio ya que forman parte de la dieta de sus habitantes.



Figura 2.: Tamal de pescado del municipio de San miguel Tepezontes.

3.3.1.3 Micro empresas productoras de café.

Entre los productos más destacados en el municipio se encuentra el café que por la ubicación geográfica del lugar es apropiado para el cultivo de este, en este lugar las micro empresas cultivan, procesan y comercializan el producto que es considerado de mediana

¹² Méndez Mata, Iris; Identificación, Localización y puesta en valor de atractivos naturales y culturales de San Miguel Tepezontes, Universidad Doctor Andrés Bello, 2009.

altura y lo comercializan en oro uva, pergamino, tostado, molido puro y también con canela, las microempresas establecidas son tres: Cafelis, Hanna´s coffe y café Tepezcun.



Figura 3. Micro empresas productoras de café en el Municipio: Cafelis, Hanna´s coffe y café Tepezcun.

3.3.1.4 Planta de Procesamiento el Tepezonteño.

La planta de procesamiento de confites se inició a iniciativa de CARITAS de El Salvador; la que promovió Talleres de capacitación sobre la elaboración de dulces, conservas, mermeladas, vinos, así como también aspectos mercadológicos para los productos.

Inició su funcionamiento en el Salón Parroquial, adjunto al templo parroquial de la Iglesia Católica. Posteriormente en un terreno urbano también propiedad de la iglesia católica que fue otorgado en comodato. La edificación fue financiada por CARITAS de El Salvador, la mano de obra fue proporcionada por los artesanos de la asociación.

Se fundó inicialmente con 22 miembros, de los cuales en la actualidad solo la conforman 8 miembros activos.

El capital con el que se constituyó fue aportado por los miembros asociados, los que aportan pequeñas cantidades mensualmente.

El mobiliario y equipo fue proporcionado por la citada institución siendo entre otros: estante, mesa, sellador y cocina.¹³

Productos que comercializan:

Conservas:

Conservas de coco blanca

Conserva Negra (coco con dulce de panela)

Coco rayado

Dulces:

Dulce de piña con coco y zapote

Quebradientes

Dulce de nance y dulce de leche

Dulce de camote

Shampoo:

Shampoo de Manzanilla y de zábila

Shampoo de zábila con romero

Shampoo de cola de caballo con ortigas

Shampoo de zapuyulo

Vinos medicinales:

Vino de Noni, Jamaica, naranja, marañón, manzana con uva.¹⁴

¹³ Méndez Mata, Iris; Análisis de mercado y comercialización de productos confitados de la planta de procesamiento “El Tepezonteño“, San Miguel Tepezontes, Universidad Doctor Andrés Bello 2009.

¹⁴ Ibid.



Figura 4. Productos de Planta de procesamiento el Tepezonteño.

3.3.1.5 Cooperativa pesquera San José el pegadero.

En el municipio existe una cooperativa dedicada a la crianza y comercialización de peces en este caso son tilapias que son reproducidas en estanques que están en el lago de Ilopango, esta está constituida por pescadores de la zona asociados ellos comercializan el producto en el lugar donde están ubicados, en el municipio y fuera de él.



Figura 5. Cooperativa el pegadero ubicada a las orillas del lago de Ilopango en el Municipio de San Miguel Tepezontes.

3.3.1.6 Micro productoras de San Miguel Tepezontes (sector gastronómico).

Este grupo fue conformado en julio de 2009 siendo una iniciativa impulsada por la Alcaldía Municipal y la Universidad Doctor Andrés Bello, buscando generar fuentes de empleo en la población local con la visión de elevar y mejorar la calidad de vida de las

mujeres y de sus familias ya que muchas son jefas de hogar y son las encargadas de sostener la familia, el grupo está constituido por 18 mujeres, asociadas para la elaboración y comercialización de productos en el área de gastronomía, el grupo ha sido capacitado por la Universidad Doctor Andrés Bello en diversas temáticas para elevar las capacidades de las personas que lo conforman, los productos en su mayoría son ofertados en los festivales gastronómicos que se llevan a cabo en el parque central del municipio algunos de los productos que venden son : Sopa y gallina india asada, Panes con pollo, Pupusas de maíz y arroz revueltas, de ayote, queso, consomé de garrobo, Pavo en salsa, Pescado frito, asado y empanizado, Sopa de patas, Pollo empanizado, Tamales nixtapites, de gallina y de elote, Yuca frita y salcochada, Tortillas de guineo, Riguas, variedad de refrescos y atoles entre ellos el shuco, Chilate con nuégados, Pastelitos.



Figura 6. Micro productoras del Sector gastronómico de San Miguel Tepezontes.

3.3 DESTINOS TURISTICOS DE SAN MIGUEL TEPEZONTES.¹⁵

¹⁵ Méndez Mata, Iris, Estudio de percepción de imagen del municipio de San Miguel Tepezontes, entre Empresarios y consumidores de la ciudad De San Salvador: Lineamientos Para La Construcción De La Imagen-Región De La Ruta Del Lago; Universidad Doctor Andrés Bello,2009.

3.3.1 Mirador de Altos de Soledad Las Flores.



Figura 7. Mirador de Altos de Soledad Las Flores.

Ubicado en el Cantón Soledad Las Flores, Jurisdicción de San Miguel Tepezontes,

Su ubicación específica: se encuentra al oriente a una distancia de 5 km. de la Ciudad de San Miguel Tepezontes sobre la Carretera La Panorámica, a una altura de 1250 msnm.

- Ofrece en su estado natural brisa proveniente de lado norte donde está ubicado el Lago de Ilopango;
- Vista panorámica con un paisaje completo de la extensión Lacustre del Lago de Ilopango, en sus diversos componentes como las Isla de Los Patos, La Posa Verde y la completa superficie de agua que refleja como un espejo el azul de la atmósfera.

3.3.2 Plan de La Laguna (Plan de la Posa Verde):



Figura 8. Plan de La Laguna (Plan de la Posa Verde).

Esta tiene su origen por que se dice que hace años querían llevarse el lago, pero solo se pudieron llevar una parte , quedando solo la playa partida en ese lugar se formó la poza verde que tiene este nombre porque su fondo era muy verde y el agua se veía verde, en un temporal que hubo en 1934 se inundó todo uniéndose el lago de nuevo, quedando la poza a la orilla del lago, pero forma parte del mismo, siempre mantiene el nombre de poza verde manteniendo su color verde hasta esta fecha en esta área antes solo había arena , esta poza estaba unida al cerro tuligo, que en la actualidad está a la par de la misma, su parte alta es cultivada por los agricultores de la zona, también existe ganado que baja a tomar agua a la poza verde

- Ubicada en el margen del Lago de Ilopango, en la jurisdicción de San Miguel Tepezontes.
- Ofrece como atractivo, espacio suficiente en las márgenes y playa de arena propicias para las actividades turísticas, acuáticas y de pesca.
- Se ubica a 200 mts. Las instalaciones de una cooperativa pesquera que realiza las actividades de pesca artesanal, cultivo y cría de peces en estanques a orilla del lago, los que son comercializados dentro del municipio y ciudades vecinas de otros municipios.
- Posee abundante vegetación (bosques), clima fresco, y fauna silvestre abundante.

- La vía de acceso al lugar es la llamada “Calle de Iago”, con un recorrido de ruta de 5 kms. Presenta en su entorno una reserva forestal se respira aire natural purificado.

3.3.3 Mirador “Finca El Mojón”



Figura 9. Mirador “Finca El Mojón”.

Ubicado a 3 kms. hacia el occidente de la ciudad de San Miguel Tepezontes.

- Ofrece un exquisito clima fresco, a una altura de 1,200 msnm
- Expone entre sus atractivos a los visitantes una belleza natural, su entorno lleno de abundante bosque en el que prevalece el café, árboles frutales y todo tipo de vegetación.
- Ofrece una completa vista panorámica hacia el lago de Ilopango ubicado hacia el norte del lugar, así también se aprecia el paisaje de la costa del departamento de La Paz ubicada al sur.
- Entre su infraestructura se encuentra una casa de campo de sistema mixto con portales a su alrededor espacio exterior con grama y jardines que muestran la flora del lugar.

- También ofrece vista panorámica a los cerros más importantes del municipio como los cerros Tepehulo y San José La Loma, que poseen una abundante zona de bosques, flora y fauna del lugar, con una altura máxima de 1200 msnm.

3.3.4 Isla de los patos



Figura 10. Isla de los patos.

Esta isla tiene ese nombre porque hace muchos años en ella abundaban los patos silvestres, en las tardes se llenaba de ellos porque ahí dormían, antes esta isla estaba a la orilla del lago ahora por las lluvias esta aproximadamente a tres kilómetros de la orilla del lago

4 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN.

Para dar respuesta a los objetivos la investigación se llevará a cabo una investigación de carácter descriptiva. El destino turístico tomado como referencia en esta investigación es el municipio de San Miguel Tepezontes, ubicados en la ruta La Panorámica, en el norte del Departamento de La Paz. Este destino comparte fundamentalmente una gran riqueza turística plasmada en una enorme diversidad eco turístico, paisajes, vistas panorámicas del Lago de Ilopango y el horizonte del pacífico, sus atractivos culturales, gastronómicos así como las artesanías que se elaboran en el municipio.

También se establece el universo poblacional, y el instrumento de recolección de datos, que consiste en un cuestionario aplicado a micro productor del municipio y con dos apartados temáticos.

4.1 DESCRIPCIÓN DEL LUGAR DE ESTUDIO

4.1.1 Municipio de San Miguel Tepezontes:

El municipio de San Miguel Tepezontes pertenece al Departamento de La Paz y forma parte de la Región La Paz, establecida en Plan Nacional de Ordenamiento Territorial. En La época prehispánica el territorio formó parte del Señorío de Cuscatlán y, durante la colonia y época moderna ha pertenecido a las jurisdicciones de San Salvador y Zacatecoluca .14/

Ubicado al Nor-oriental del Departamento de La Paz, limita al Norte con San Emigdio y el Lago de Ilopango; al Oeste con San Francisco Chinameca, al Sur con San Juan Tepezontes y San Antonio Masahuat, al Este con Paraíso de Osorio y Santa María Ostuma. ¹⁶

El municipio tiene una extensión de 46.24 kilómetros cuadrados y forma parte de la región hidrográfica Jiboa y de la subcuenca del lago de Ilopango, posee en total 6 ríos y 7 quebradas. 16/

Tiene una población de 5,084 habitantes, de los cuales 2,567 residen en el área urbana y, 2517 en el área rural. ¹⁷

Su población está distribuida en 665 hogares en el área urbana y 562 en el área rural.

Sus pobladores se dedican a las actividades productivas como la Agricultura, cultivo del café, cereales, hortalizas, pequeños comercios, y la pesca artesanal realizada en el lago de Ilopango.

El acceso y desplazamiento a este lugar es a través de la Carretera La Panorámica y la vía antigua a Zacatecoluca.

16 Alcaldía Municipal de San Miguel Tepezontes Diagnóstico estratégico del Municipio. Noviembre 2008.

17 Dirección General de Estadística y Censos; VI Censo de Población y V de Vivienda 2007.

En el municipio predominan los bosques húmedos subtropicales, las plantaciones de café y los cultivos anuales, siendo una zona de clima fresco. 18/

El municipio se divide administrativamente en dos cantones: San Bartolo y Soledad Las Flores. El Casco Urbano de la Ciudad está formado por los Barrios El Calvario, El Carmen, El rosario y El Tránsito. ¹⁸

En la zona urbana se encuentra el edificio Municipal, Unidad de Salud, Tres escuelas públicas (1 Parvularia, 1 de Educación Básica, y 1 de Educación Media), dos templos católicos y ocho templos evangélicos, Unidad de Socorro de la Cruz Verde y tres grupos de Alcohólicos Anónimos.

Los servicios básicos con que cuenta el lugar son: agua, energía eléctrica, teléfono, internet, correos; así también posee servicio de seguridad pública (puesto de Policía) y Juzgado de Paz. ¹⁹

En lo recreativo y cultural cuenta con dos canchas deportivas, Casa de la Cultura, Parque y Una plaza pública.

La parte ecoturística la forman las cordilleras propias del lugar y los cerros: Miramar y Montañita, el Lago de Ilopango y varios ríos.

18 Alcaldía Municipal de San Miguel Tepezontes Diagnóstico estratégico del Municipio. Noviembre 2008.

¹⁹ Ibid.



Figura 11. municipio de San Miguel Tepezontes (tomada de Google Earth).

4.2 Población:

La población objetivo para este estudio corresponde al total de micro empresarios residentes en el municipio de San Miguel Tepezontes.

4.3 Perfil de la Muestra

Características de las Micro empresas:

- Micro empresa establecida en el municipio.
- Producción continúa.
- Generadores de empleo para los habitantes del municipio
- Disponibilidad de brindar la información solicitada.

4.4 Muestra

La muestra total de la investigación fueron los micro productores establecidos en el Municipio, con producción en diferentes ramas.

4.5 Instrumento de Recolección de Datos

El instrumento de recolección de datos está conformado por dos partes y un total de 21 preguntas de opción múltiple, la primera parte está constituida por información relevante de la empresa como: nombre, origen del propietario, rubro al que se dedica la micro empresa, con diferentes opciones, tiempo de funcionamiento, si está legalmente establecida, donde son comercializados los productos, pertenencia a alguna asociación, ventas mensuales promedio, si considera que su micro empresa puede crecer a partir de la creación de una ruta turística, La segunda parte recaba información concerniente a los empleados de la micro empresa como: número de empleados, si tienen empleo permanente o temporal, si residen en el municipio, escolaridad, capacitaciones recibidas, capacitaciones que necesita, en general esta es la estructura del instrumento.

5 ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

La descripción y el análisis de los principales resultados, temática a desarrollar en esta sección, en primer lugar está estructurada por la información obtenida a través del instrumento de recolección de datos aplicado a microempresarios residentes en el Municipio de San Miguel Tepezontes, que se dedican a la elaboración de diferentes productos. Con este instrumento se recopiló la información relevante de los Microempresarios, información general de la microempresa así como de los empleados de estas, con el objetivo de promover y sentar bases para impulsar una Ruta Turística en La Panorámica. Iniciando por impulsar el Municipio de San Miguel Tepezontes.

5.1 I PARTE: INFORMACIÓN RELEVANTE DE LA MICROEMPRESA.

Grafica 1. Porcentaje de los Microempresarios del Municipio que son originarios de la zona.

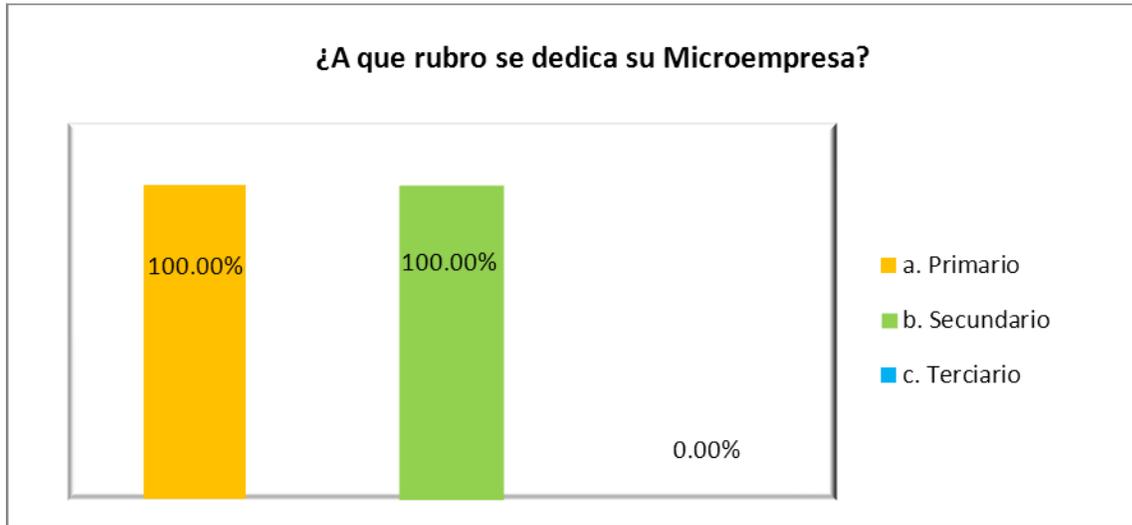


Análisis: el porcentaje de Microempresarios que pertenecen al municipio es del 85.71% mientras que un 14.29% son empresarios que han llegado al municipio a establecer sus organizaciones.

Interpretación: La mayor parte de los empresarios de San Miguel Tepezontes son originarios del municipio, esto aporta positivamente al Desarrollo Local de la zona, como también, sirve de reactivación económica.

Esta pregunta surge de la necesidad de verificar si dentro de la zona se puede hacer un turismo comunitario a partir de las potencialidades que presenta San Miguel Tepezontes.

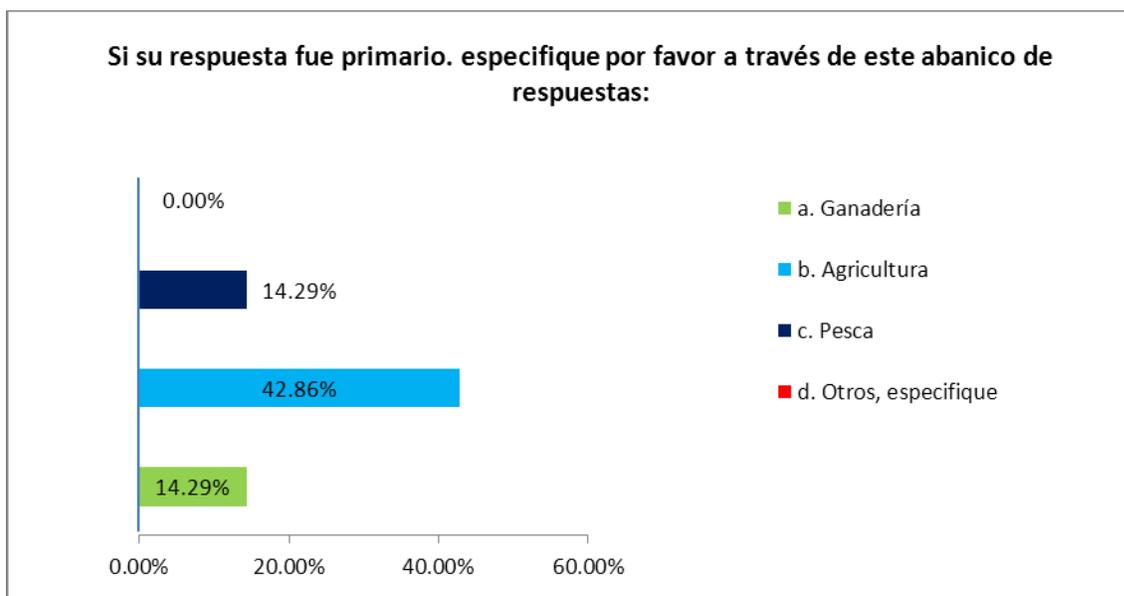
Grafica 2. Porcentaje del rubro al cual pertenece su Microempresa.



Análisis: el 100% de los Microempresarios encuestados respondieron que se dedican al sector Primario es decir, a la producción de materias primas; de igual manera respondieron al sector secundario es decir, que transforman esta materia prima, mientras que no hay Microempresa en el sector terciario.

Interpretación: El sector primario y secundario se lleva los créditos en San Miguel Tepezontes, pero es interesante que el sector terciario, es decir aquellas Microempresas que dedican sus esfuerzos a actividades de servicios y no producen bienes tangibles no tengan representación en dicho Municipio, según esta encuesta.

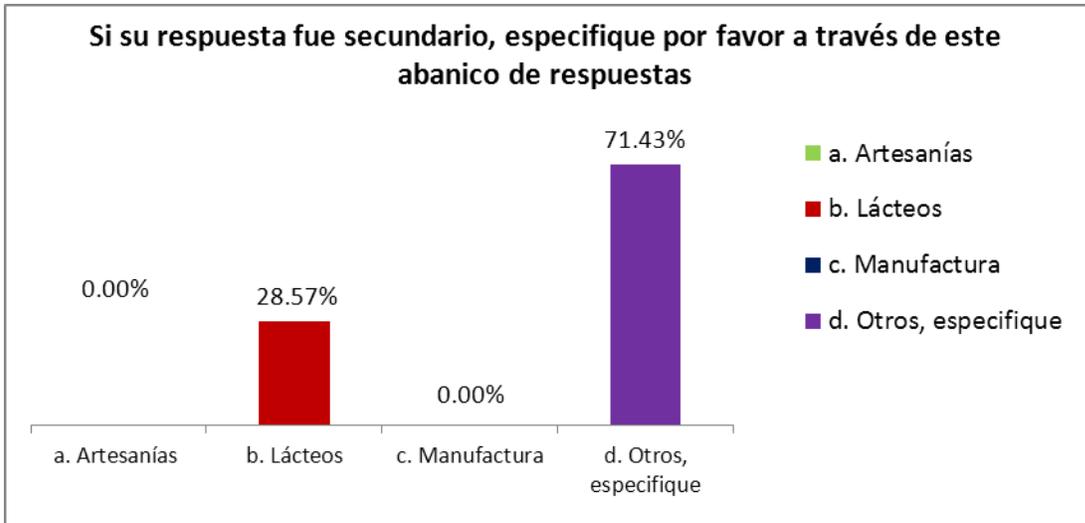
Grafica 3. En el sector primario a que se dedica San Miguel Tepezontes.



Análisis: casi el 50% de la producción es agrícola (42.86%), entre las principales siembras se tiene: café, maíz, frijol. En segundo lugar están la ganadería y la pesca con un 14.29%.

Interpretación: dejando muy claro que este municipio es en su mayoría rural ya que, sus principales actividades económicas son: la agricultura, la ganadería y la pesca respectivamente.

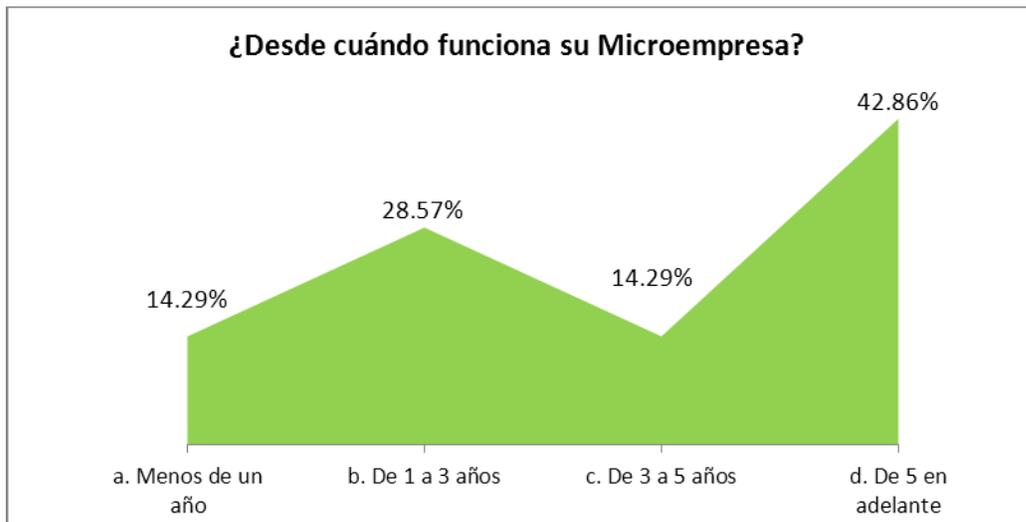
Grafica 4. En el sector secundario a que se dedica San Miguel Tepezontes.



Análisis: con un 71.43% se elaboran productos no tan tradicionales, dejando en segundo lugar a los lácteos en 28.57%, en cuanto a artesanías no se obtuvo dato alguno ni tampoco en manufactura.

Interpretación: es diversificado el mercado secundario para esta zona, dedicándose mayor énfasis la venta de café pergamino, para la comercialización al detalle, otros son la elaboración de dulces, shampoo y vinos.

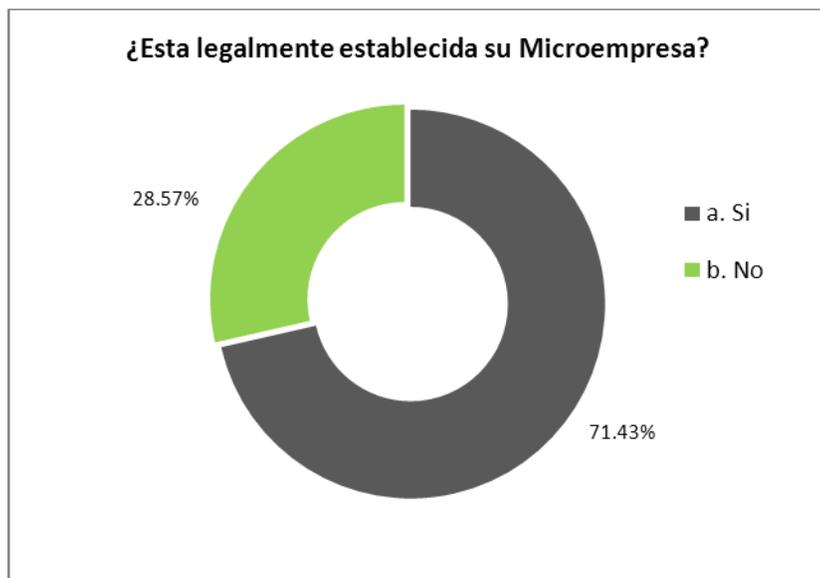
Grafica 5. Tiempo de funcionabilidad operativa de la empresa.



Análisis: las Microempresas que fueron encuestadas que cuentan con un periodo menor a un año las representa un 14.29%, de uno a tres años 28.57%, de 3 a 5 años 14.29% y de 5 en adelante con un 42.86%.

Interpretación: son más Microempresas que tienen un periodo de 5 años en adelante, esto nos indica que han ganado posicionamiento en el mercado, mientras que en segundo lugar se encuentran las Microempresas que cuentan con un 28.57% que son las que tienen de 1 a 3 años de estar operando.

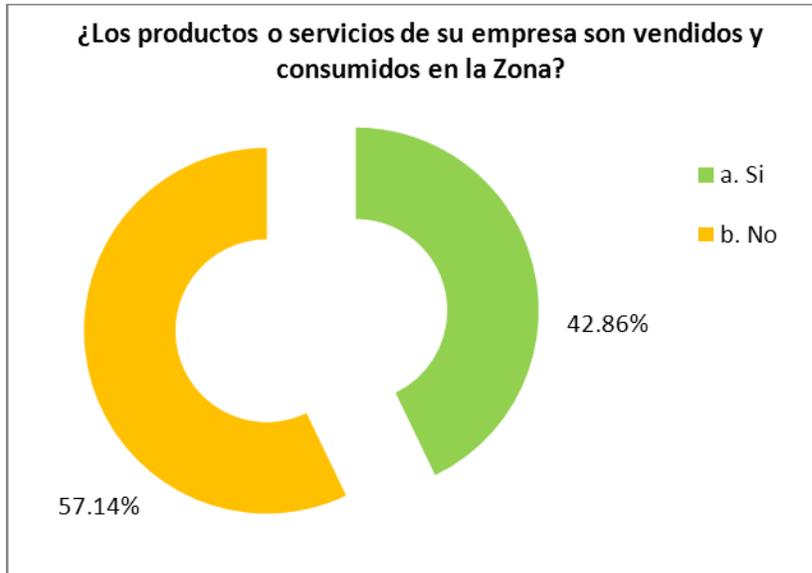
Grafica 6.El porcentaje de Microempresas legalmente establecidas.



Análisis: un 71.43% de los microempresarios están legalmente establecidos en las distintas instituciones públicas y tan solo un 28.57% no está inscrita legalmente.

Interpretación: podríamos inferir que es bastante el porcentaje de Microempresas que están legalmente constituidas, esto es así al contextualizarlo a nivel nacional, es poco el porcentaje que no está legalizado. En esto podemos interpretar que las empresa que tienen mayor tiempo de estar operando son las empresas que tienen sus empresas legalmente establecidas.

Grafica 7. Porcentaje de productos que son producidos y vendidos en la zona de San Miguel Tepezontes.

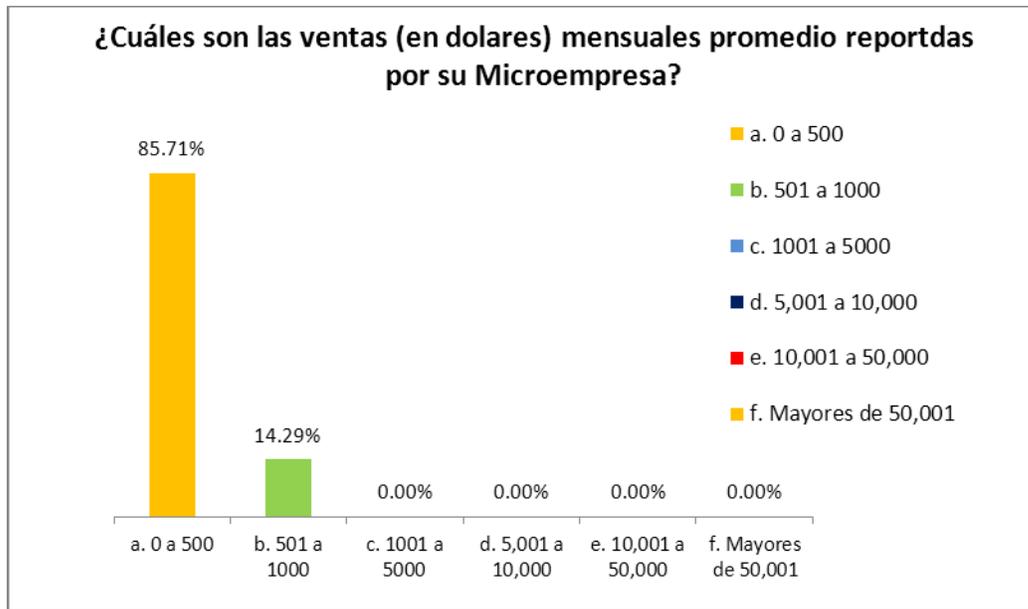


Análisis: muy compartido estos porcentajes, dejando una estrecha ventaja de un 57.14% que los productos son vendidos y consumidos fuera de la zona, mientras que el resto (42.86%), que si los vende y los consume.

Interpretación: este resultado es estrecho debido a que, en primer lugar su mercado a abastecer es el local, teniendo en cuenta que es el café su principal modo de producción, para luego llevarlo a las afueras de San Miguel Tepezontes.

Entre los lugares a comercializar están: en San Salvador, con un negocio propio e Ilobasco, debido a que la oportunidad de comercializar fuera de la zona es mucho mejor, lo que se hace es tostar y moler el café.

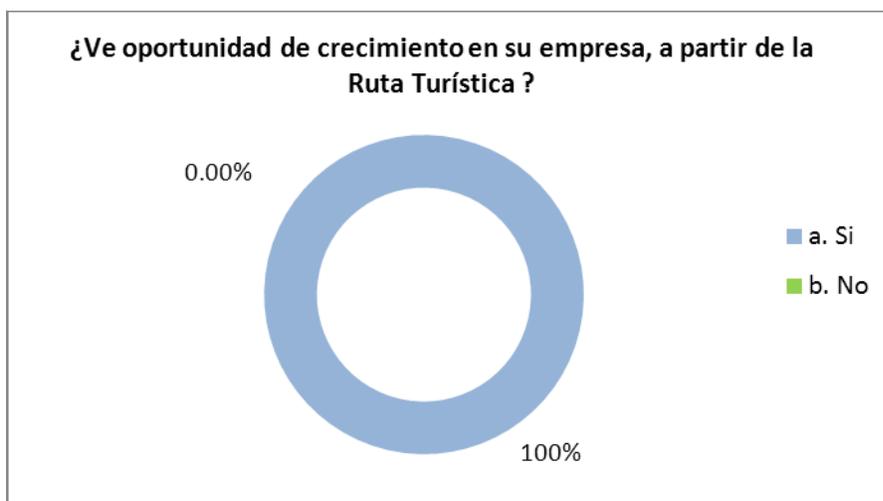
Grafica 8. Nivel de ventas (en dólares) reportadas por las Microempresas.



Análisis: un 85.71% reportan menos de los \$500.00 al mes y un 14.29% entre \$501 - \$1,000.00, no teniendo participación en las restantes casillas.

Interpretación: lo anterior explica que aunque son empresas fuertes en la zona, no han dejado de ser Microempresarios debido a que no tienen ingresos que incurran en aumentar el tamaño de planta. Lo que explica un poco el por qué aunque producen para comercializar fuera es muy poco todavía.

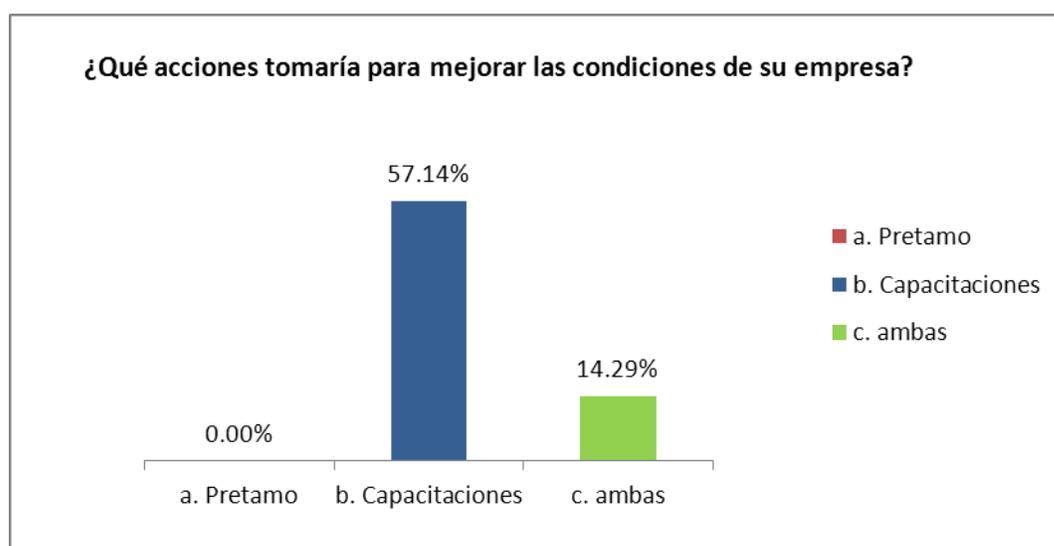
Grafica 9. Oportunidad de crecimiento a partir de establecer una Ruta Turística en la zona La Panorámica.



Análisis: el 100% de los encuestados ve una gran oportunidad de crecimiento a partir de la Ruta Turística.

Interpretación: en San Miguel Tepezontes se tiene buena expectativa a partir del turismo, los microempresarios ven oportunidad de desarrollar sus negocios con el impulso del turismo en la zona. Esto viene por efecto de cascada, ya que atrayendo turistas se tendrá mayores ingresos, mejorarán la calidad de los productos que se elaboran.

Grafica 10. Acciones que tomaría para mejorar las condiciones de su Microempresa.



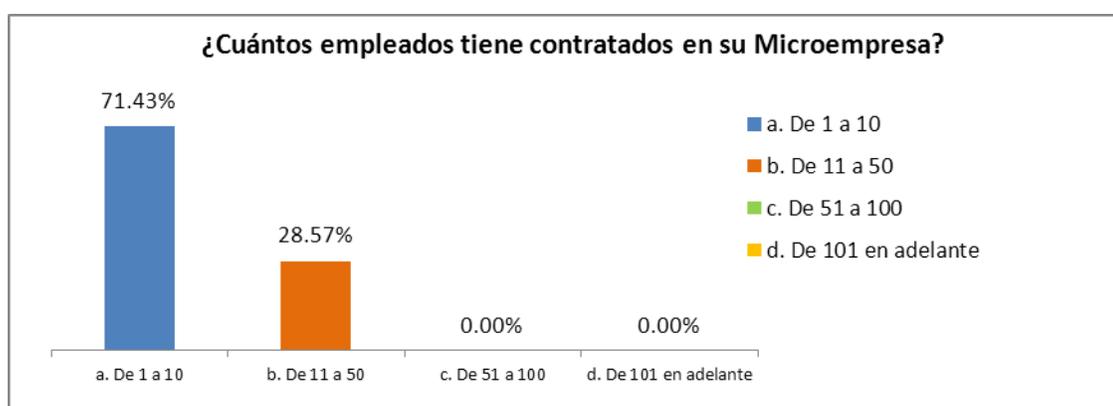
Análisis: el 57.14% tomaría como acción el capacitarse como dueño y a sus empleados para mejorar las condiciones de su empresa, el 14.29% tomarían dos acciones: el acceder a un crédito y capacitarse para hacer más competente sus Microempresas.

Interpretación: Ninguna Microempresa tomaría la acción de pedir préstamo, esto debido a las trabas que encuentran los dueños en el sector financiero y por las altas tasas de intereses al que presta. Si prefieren capacitar al personal para mejorar la atención al cliente, especializarse en su área o aprender el idioma inglés. Entre los comentarios que surgieron a

raíz de esta interrogante fue la necesidad de identificar clientes y nuevos mercados y diversificar la producción.

5.2 II PARTE: INFORMACIÓN RELEVANTE DE LOS EMPLEADOS DE SU EMPRESA

Grafica 11. Cantidad de empleados contratados por su empresa.

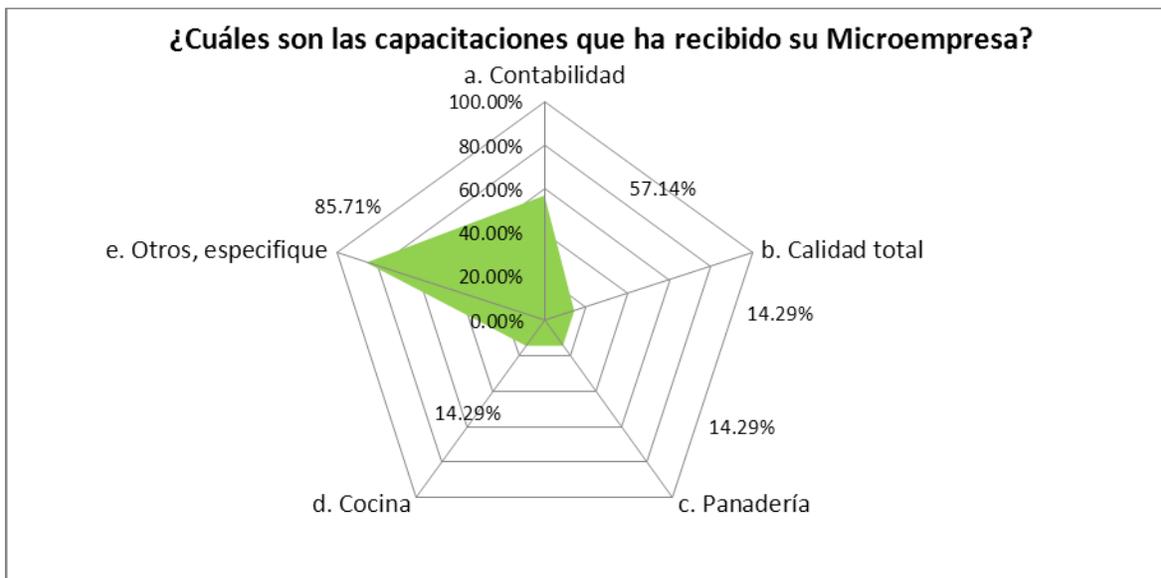


Análisis: el rango de 1 a 10 empleados representa el 71.43%, mientras que un 28.57% son empresas que emplean entre 11 a 50, no teniendo ninguna representación en las otras dos escalas de empleados.

Interpretación: San Miguel Tepezontes se caracteriza por tener empresas de carácter micro ya que, en un mayor porcentaje se tienen empresas entre 1 a 10 empleados, las empresas que tienen de 11 a 50 son así porque emplean más por temporada, ya que necesitan más mano de obra para las jornadas de corta de café.

Cabe la pena resaltar que, apenas un 4% de los empleados no pertenece a San Miguel Tepezontes, esto motiva más a querer desarrollar este tipo de zonas que apoyan e insertan a sus empresas personas que son del propio lugar, no excluyéndolos como suele pasar en muchos lugares con enfoque turístico.

Grafica 12. Tipo de capacitaciones había recibido los empleados de la Microempresa.

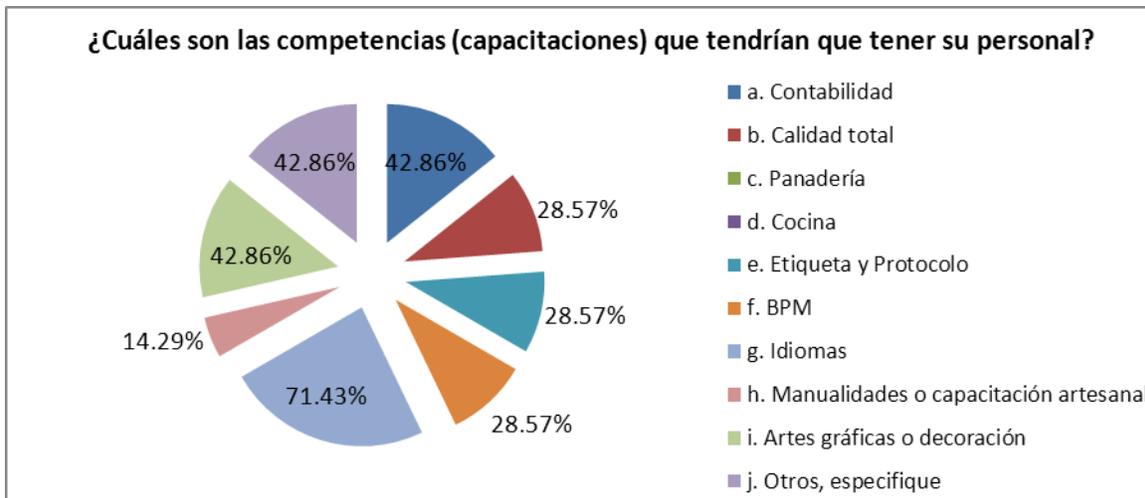


Análisis: dentro de las capacitaciones que más han recibido están las que conciernen a Contabilidad con un 57.14%, con un 14.29% están: Panadería, Cocina y Calidad Total y con un 85.71% están otras capacitaciones que en su gran mayoría las ha proporcionado la Universidad Dr. Andrés Bello.

Interpretación: lo que más resienten las microempresas son las faltas en Contabilidad esto explica que organizaciones prefieran este tipo de inducciones, no dejando de lado otras competencias que aúnan a mejorar sus productos y servicios como son: Talleres de Panadería, Talleres de Cocina y capacitaciones sobre Calidad Total.

Entre las que ya han recibido pero que no se encuentran en esta lista son: Técnicas de Ventas, Atención al Cliente, Manipulación de Alimentos, Costos y Presupuestos, entre otros.

Grafica 13.competencias que necesita su personal.



Análisis: dentro de las capacitaciones que más necesita el personal de las Microempresas están: con un 71.43% están darles a sus empleados la enseñanza de un nuevo idioma, que por lo general es el Inglés, con un 42.86% están Talleres de Artes gráficas o decoración, Contabilidad y Otros; en estos se encuentran los Talleres de Manipulación de Alimentos, Contabilidad pero más avanzado y Talles de Barísmo²⁰.

Interpretación: se necesitan muchas competencias a mejorar la calidad en sus respectivas Microempresas entre las capacitaciones que más necesitan están: inglés, Talleres vocacionales como: Contabilidad Avanzada, Artes gráficas o decoración, Manipulación de Alimentos y Talleres de Barísmo.

²⁰Es el profesional especializado en café de alta calidad que trabaja creando nuevas y diferentes bebidas en el café, usando varios tipos de leches, esencias y licores. También es el responsable de la presentación de las bebidas y puede completar su trabajo con (el arte del latte).

6 DISCUSIÓN

El turismo aporta en el desarrollo de un país en el Salvador es un rubro representativo pues ayuda a mejorar la economía. Según datos del Ministerio de Turismo, El sector terminó el año 2009 con una participación creciente en el producto interno bruto de 2.6 %.

El turismo rural comunitario, en El Salvador Representa un tipo relativamente nuevo este se está impulsando con el objetivo de mejorar el desarrollo económico y social de la población que habita en zonas del área rural así mismo busca la inclusión de todos los habitantes a través de el involucramiento en la atención de los visitantes, este tipo de turismo no requiere de grandes inversiones sino mas bien busca que los pobladores puedan atender a los turistas con lo que ya poseen, sin hacer grandes modificaciones de su entorno; esta práctica además de potenciar el desarrollo local también tiende a fomentar la protección de los recursos naturales de la zona tanto por los habitantes así como por los visitantes al lugar.

Este estudio busca establecer una propuesta para implementar el desarrollo económico y social del Municipio de San Miguel Tepezontes a través del impulso de una ruta turística, en este municipio ya se han ejecutado estudios previos con los que se ha determinado el potencial con el que cuenta en esta área. En este trabajo se han identificando puntos relevantes en el análisis de datos recolectados con el instrumento aplicado a micro productores del municipio que si se toman en cuenta y se trabaja en conjunto con el gobierno municipal se puede lograr el involucramiento de todos incluyendo los habitantes que realizan sus actividades cotidianas como la agricultura, la ganadería, la pesca, en las que se pueden involucrar a los visitantes y generar mayores ingresos para los mismos.

7 CONCLUSIONES

1. El turismo es una excelente opción de lucha contra la pobreza, por lo tanto es importante que se fomente con el apoyo de todas las partes involucradas, especialmente con el gobierno local y las pequeñas empresas del municipio que unidas pueden lograr el desarrollo de una ruta turística en el municipio.
2. El Turismo Rural Comunitario Por sí sólo no puede ser la alternativa de desarrollo, Necesita construir una alianza con la pequeña y mediana empresa turística local y con el Ministerio de Turismo para fortalecer las capacidades del municipio.
3. La participación comunitaria es fundamental en una propuesta de desarrollo turístico comunitario, por lo que la creación de un comité turístico ayudaría a fortalecer las capacidades del municipio en el área, donde tengan participación las entidades interesadas en la creación de la ruta turística, este ayudara para el impulso de la ruta.
4. Fortalecer las capacidades de las micro empresas tomando en cuenta los resultados de esta investigación.
5. Realizar actividades que promuevan al municipio y darles la mayor divulgación posible, específicamente continuar con la programación de festivales gastronómicos por que estos le dan promoción al municipio, ayudando a la atracción de turistas.
6. Los lugares con potencial turístico identificados en el municipio deben de ser protegidos y sobre todo mantener las vías de acceso a ellos en buenas condiciones así como la limpieza, y la conservación en su estado natural.
7. Para garantizar una atención buena al turista es conveniente que el gobierno local mantenga el municipio como hasta ahora limpio.

8 RECOMENDACIONES

1. El Gobierno local puede contribuir en elevar las capacidades en la población de las zonas con potencial para impulsar un proyecto de turismo rural comunitario a través de gestionar con instituciones especializadas capacitaciones en turismo rural, a micro productores, líderes y miembros de la Comunidad, enfatizando aspectos culturales y ambientales del municipio, con la finalidad de fortalecer las competencias en este rubro.
2. Las Microempresas necesitan mejorar las competencias de los empleados o miembros con Talleres de: Contabilidad Avanzada, calidad total, Manipulación de Alimentos, protocolo y etiqueta y Talleres de Barísmo.
3. Para brindar una atención óptima al turista es conveniente que el gobierno local tome en cuenta los resultados de esta investigación y de estudios anteriores para poder contribuir a mejorar y divulgar la imagen turística del Municipio.
4. Que se promocióne el slogan que ya fue creado para la ruta que es “San Miguel Tepezontes una Belleza Natural de El Salvador”, este ayudara a la identificación del municipio como destino turístico.
5. Gestionar recurso económico en instituciones que les puedan apoyar, una de las debilidades que tienen las Micro empresas es el poco capital con el que cuentan y por lo mismo limita puede limitarles la cantidad de producción.
6. Los productos elaborados por las Micro empresas del municipio, son de calidad lo que se necesita es encontrar los mecanismos para darlos a conocer y poderlos insertar en otros mercados para aumentar el crecimiento de las mismas.

9 REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

1. Ministerio de Turismo de El Salvador; Plan Nacional de Turismo 2014 de El Salvador.
2. Corporación Salvadoreña de Turismo de El Salvador, Plan estratégico para el impulso y desarrollo de turismo en El Salvador.
3. Alba Sud; Investigación y comunicación para el desarrollo; Foro sobre turismo Rural comunitario en El Salvador; www.albasud.org/.../organizan-foro-sobre-turismo-rural-comunitario-en-el-salvador; 15 de septiembre 2010.
4. Alba Sud; Ernest Cañada; Con Poco Se Hace Mucho. Turismo Rural Comunitario En El Salvador; www.albasud.org/video.php?id=12§ion=4; 2 de octubre 2010.
5. PRISMA; Programa Salvadoreño de Investigación sobre desarrollo y medio ambiente; Turismo Rural Comunitario en El Salvador, www.prisma.org.sv; 5 de octubre 2010.
6. Cámara de Comercio e Industria de El Salvador; Diagnóstico, análisis de problemáticas y demandas del sector turismo de El Salvador; Resultados del Foro: Dinamización del Sector Turismo. Septiembre 2010.
7. PRISMA; Programa Salvadoreño de Investigación sobre desarrollo y medio ambiente Presentación: Avanzando hacia el turismo rural comunitario en EL Salvador; Mayo 2009.
8. Ernest Cañada; Alba Sud; PRISMA; Programa Salvadoreño de Investigación sobre desarrollo y medio ambiente Presentación: Aportes y retos del Turismo Rural Comunitario en Centroamérica; Mayo 2009.
9. Turismo Rural Comunitario; Conviviendo con la naturaleza, promoviendo el desarrollo rural; www.turismoruralcomunitario.com, 12 de septiembre 2010.
10. Méndez Mata, Iris; Campos, Pilar Silvino; Estudio de percepción de imagen del municipio de San Miguel Tepezontes, entre Empresarios y consumidores de la ciudad De San Salvador: Lineamientos Para La Construcción De La Imagen-Región De La Ruta Del Lago; Universidad Doctor Andrés Bello,2009
11. Méndez Mata, Iris; Campos, Pilar Silvino; Identificación, Localización y puesta en valor de atractivos naturales y culturales de San Miguel Tepezontes, Universidad Doctor Andrés Bello,2009.
12. Méndez Mata, Iris; Campos, Pilar Silvino; Análisis de mercado y comercialización de productos confitados de la planta de procesamiento “El Tepezonteño“, San Miguel Tepezontes, Universidad Doctor Andrés Bello 2009

13. Chalabi, Nadia (2009). Turismo Rural (TR) en El Salvador Recopilación de Información Institucional. Instituto Interamericano Cooperación para la Agricultura Oficina en El Salvador.
14. Organización Mundial del Turismo (2008). Barómetro OMT del turismo mundial, Volumen 6 • Nº 1 • Primera edición, Madrid (España).
15. Alcaldía Municipal de San Miguel Tepezontes Diagnóstico estratégico del Municipio. Noviembre 2008.
16. Barismo, Coffee selections; 31 de octubre 2010 <http://shop.barismo.com/coffee/>.
17. Jorge Figueroa, Economía Turística, Comercio internacional; www.gestiopolis.com/recursos/.../eco/tureco.htm, 23 de octubre 2010.
18. Buenas tareas, El turismo como actividad Económica; www.buenastareas.com/...Turismo-Como-Actividad-Económica/184083.html.

10 ANEXOS

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

UNIVERSIDAD DOCTOR ANDRÉS BELLO

DIRECCIÓN NACIONAL DE INVESTIGACIÓN

COORDINACIÓN DE INVESTIGACIÓN SEDE REGIONAL DE SAN SALVADOR



INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS DE MODELO TEÓRICO DE COMUNICACIÓN PARA LA PROMOCIÓN DE ACTIVOS NATURALES, GASTRONÓMICOS Y CULTURALES COMO DESTINOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE SAN MIGUEL TEPEZONTES.

Objetivo: Determinar cuáles son las microempresas que existen en el municipio de San Miguel Tepezontes como también, las aptitudes con las que cuenta el capital humano empleado en ellas.

I PARTE: Información relevante de la empresa

1. ¿Cuál es el nombre de su Microempresa?

2. Usted es originario del Municipio donde tiene su Microempresa?

a) Si _____ b) No _____

3. ¿A que rubro se dedica su empresa? (*puede marcar más de una opción si así fuere necesario*)

a) Producción _____ b) Comercialización _____ c) Servicios _____

4. Si su respuesta fue producción, especifique por favor a través de este abanico de respuestas:

- a) Artesanías _____ b) Agrícola _____ c) Manufactura _____ d) Otros _____

Especifique que es lo que hace:

5. Si su respuesta fue comercialización, especifique por favor a través de este abanico de respuestas:

- a) Artesanías _____ b) Agrícola _____ c) Manufactura _____ d) Otros _____

Especifique que es lo que hace:

6. Si su respuesta fue servicios, especifique por favor a través de este abanico de respuestas:

- a) Guías y rutas _____ b) Capacitaciones _____ c) Alojamiento _____ d) Alimentación _____ e) Otros _____

Especifique que es lo que hace:

7. ¿Desde cuándo funciona su empresa?

- a) Menos de un año _____ b) de 1 a 3 _____ c) de 3 a 5 _____ d) de 5 en adelante _____

8. ¿Está legalmente establecida su empresa?

- a) Si _____ b) No _____

¿Por qué?

9. ¿Los productos o servicios de su empresa son vendidos y consumidos en la zona Norte de Morazán?

a) Si _____ b) No _____

¿Porque?

10. Usted como propietario. ¿Cuál es el grado de escolaridad alcanzado?

a) No ha estudiado _____ b) De 0 a 6° _____ c) 7° a bachillerato _____ d) Licenciatura en adelante _____

11. ¿Pertenece a la Asociación de Empresarios Turísticos de la Ruta de Paz (ASETURP)?

a) Si _____ b) No _____

¿Por qué?

12. ¿Qué relación encuentra entre la Ruta de Paz y su empresa?

a) Ninguna _____ b) Poca _____ c) Intermedio _____ d) Bastante _____ e) Mucha _____

Justifique

su

respuesta:

13. ¿Cuáles son las ventas (en dólares) mensuales promedio reportadas por su empresa?

a) 0 a 5,000 _____ b) 5001 a 10,000 _____ c) 10,001 a 50,000 _____ d) 50,001 a 100,000 _____ e) 100,001 a 500,000 _____ f) Mayores a 500,001 _____

14. ¿Ve oportunidad de crecimiento en su empresa, a partir de la Ruta de Paz?

a) Si _____ b) No _____

¿Por

qué?

15. ¿Qué acciones tomaría para mejorar las condiciones de su empresa?

a) Préstamo: _____ b) capacitaciones c) ambas: _____ d) Otros, especifique:

II. Información relevante de los empleados de su empresa

16. ¿Cuántos empleados tiene contratados en su empresa?

a) De 1 a 10 ____ b) De 11 a 50 ____ c) De 51 a 100 ____ d) De 101 en adelante ____

17. ¿Cuántas personas tiene empleadas de manera permanente y temporal en su empresa?

Supuesto: se considera permanente si por lo menos ha trabajado 250 jornales es un año. Si son menores a este rango se considera como un empleado temporal.

a) Ninguno _____ b) Permanente _____ c) Temporal

18. ¿Cuántos de los empleados no son residentes de la zona donde se encuentra su empresa?

a) Ninguno _____ b) Permanente _____ c) Temporal

19. ¿Cuál es el rango de escolaridad que tienen los empleados de su empresa?

a) No ha estudiado _____ b) De 0 a 6° _____ c) 7° a bachillerato _____ d) Licenciatura en adelante

20. ¿Cuáles son las capacitaciones que ha recibido su personal?

Contabilidad: _____ b) Calidad total: _____ c) Panadería: _____ d) Cocina:

e) Otros, especifique:

21. ¿Cuáles son las competencias (capacitaciones) que tendría que tener su personal?
(puede marcar más de una opción, según la necesidad en su empresa)

a) Contabilidad: _____ b) Calidad Total: _____ c) Panadería: _____ d)
Cocina: _____

e) Etiqueta y Protocolo: _____ f) Buenas prácticas de manufactura (BPM): _____

g) Idiomas: _____ h) Manualidades o capacitación artesanal: _____

i) Artes gráficas o decoración: _____

j) otros, especifique:
