

**Estudio de prefactibilidad para la
diversificación de la finca de café “San
Antonio–El Quequeisque”, en finca
agroturística, Santa Tecla, El Salvador**

Marco Choquehuanca Quispe

Zamorano, Honduras

Diciembre, 2007

ZAMORANO
Carrera de Desarrollo Socioeconómico y Ambiente

**Estudio de prefactibilidad para la
diversificación de la finca de café “San
Antonio–El Quequeisque”, en finca
agroturística, Santa Tecla, El Salvador**

Proyecto especial presentado como requisito parcial para optar
al título de Ingeniero en Desarrollo Socioeconómico y Ambiente
en el grado académico de Licenciatura.

Presentado por:

Marco Choquehuanca Quispe

Zamorano, Honduras
Diciembre, 2007

El autor concede a Zamorano permiso para reproducir y distribuir copias de este trabajo para fines educativos. Para otras personas físicas o jurídicas se reservan los derechos de autor.

Marco Choquehuanca Quispe

Zamorano, Honduras
Diciembre, 2007

**Estudio de prefactibilidad para la diversificación de la finca de
café “San Antonio–El Quequeisque”, en finca agroturística,
Santa Tecla, El Salvador**

Presentado por:

Marco Choquehuanca Quispe

Aprobado por:

Martha L. Cálix, M.Sc.
Asesora Principal

Mayra R. Falck, M.Sc.
Directora de la Carrera de
Desarrollo Socioeconómico y
Ambiente

Marco A. Granadino, M.Sc.
Asesor

Raúl Espinal, Ph.D.
Decano Académico

Kenneth L. Hoadley, D.B.A.
Rector

DEDICATORIA

A Dios que me dio la sabiduría necesaria para seguir adelante y por los logros obtenidos en mi vida.

A mi familia gracias por la motivación brindada y por su apoyo incondicional en cada etapa de mi vida.

A Braulio Triguero por su apoyo y amistad.

A todas las personas que han creído en mí y me han enseñado las mejores lecciones de vida.

AGRADECIMIENTOS

A Dios que siempre se ha mostrado generoso conmigo y por ser mi guía.

A mi familia por creer en mí siempre, por todo su apoyo y por el esfuerzo que realizaron durante este tiempo en Zamorano.

A Braulio Triguero por mostrarme la puerta de un mundo que era inaccesible hasta hace cuatro años.

A mis asesores Martha Lilian Cáliz y Marco Granadino, por todo su apoyo, paciencia, amistad y por compartir conmigo todos sus conocimientos.

A mis amigos y colegas Sergio A., Carlos C., Gustavo N., Ana Belén M. y Wilmer F. por brindarme su amistad incondicional durante el transcurso de nuestras vidas en Zamorano.

A mis compañeros de trabajo, Lic. Oscar Franco, Mario García, Roberto Cristales, Miguel Meléndez, Douglas Leiva, Javier García, Emilia Santamaría, Carlos Valdez, Ana Ruth de Romero, Doris de Callejas y Walter Calderón por su amistad y apoyo durante la pasantía.

Al gerente general del Fideicomiso Walter A. Soundy, Lic. Federico Samayoa, por su apoyo durante la pasantía.

AGRADECIMIENTO A PATROCINADOR

A la Fundación W. K. Kellogg y al Fondo Dotal Suizo por todo el apoyo financiero recibido durante mis años de estudio.

RESUMEN

Choquehuanca, Marco. 2007. Estudio de prefactibilidad para la diversificación de la finca de café “San Antonio–El Quequeisque”, en finca agroturística. Santa Tecla, El Salvador. Proyecto especial de graduación del Programa de Ingeniería en Desarrollo Socioeconómico y Ambiente, Zamorano, Honduras. 92 p.

En estos últimos años la tendencia del turismo mundial ha cambiado de un turismo convencional, en donde se prefería la playa, arena y sol, a un turismo diferenciado; El Salvador no ha sido la excepción; El Gobierno de El Salvador, a través del Ministerio de Turismo (MITUR), está promoviendo y publicitando el turismo alternativo en el país. El Fideicomiso Walter A. Soudy, administrador de la finca de café San Antonio-El Quequeisque ubicada en Santa Tecla, departamento de La Libertad, ha considerado la necesidad de ampliar sus fuentes de ingresos, para incrementar el apoyo financiero a las comunidades que pertenecen al departamento de la Libertad, diversificando la finca tradicional de café en una finca agroturística. En este sentido el presente estudio está orientado a determinar la prefactibilidad de agregar la actividad agroturística en la finca San Antonio, aprovechando las instalaciones del beneficiado y la cultura del café, para ser puesta al servicio de los visitantes. Durante la investigación de mercado se caracterizó la oferta y la demanda, hasta concluir con el perfil del visitante potencial y la disponibilidad de pago por el uso de los servicios turísticos, mediante la aplicación de 450 encuestas en el área metropolitana de San Salvador. A su vez, se identificaron cuatro rutas turísticas y se realizó un guión metodológico para los mismos. Se realizó un estudio administrativo y legal en el cual se sugirió la estructura organizacional y sus características; paralelamente se identificaron los lineamientos legales para que el servicio agroturístico esté debidamente normalizado y pueda ampararse a los beneficios que el gobierno salvadoreño está brindando a través de la Ley de Incentivos. Mediante el estudio financiero se determinaron las inversiones, costos, ingresos y utilidades que son atractivas para el fideicomiso. Con todos los resultados obtenidos se concluyó que el plan de inversión en la finca San Antonio-El Quequeisque, para diversificar la principal actividad económica de producción y comercialización de café con un servicio agroturístico, es rentable y representa una alternativa de crecimiento monetario para el Fideicomiso Walter A. Soudy.

Palabras claves: Turismo rural, mercado, inversión, servicios, rentabilidad.

CONTENIDO

Portadilla.....	i
Autoría.....	ii
Página de firmas	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimientos.....	v
Agradecimiento a patrocinador	vi
Resumen	vii
Contenido	viii
Índice de cuadros.....	x
Índice de figuras	xii
Índice de anexos	xiii
1 INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 ANTECEDENTES	1
1.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	2
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	2
1.4 LÍMITES DEL ESTUDIO	3
1.5 OBJETIVOS.....	3
1.5.1 Objetivo general	3
1.5.2 Objetivos específicos.....	3
2 REVISIÓN DE LITERATURA	4
2.1 CONCEPTO Y DEFINICIONES DE TURISMO	4
2.2 CLASIFICACIÓN DEL TURISMO.....	4
2.2.1 Turismo tradicional	4
2.2.2 Turismo alternativo	5
2.2.2.1 Turismo de aventura.....	5
2.2.2.2 Ecoturismo.....	5
2.2.2.3 Turismo rural.....	5
2.2.2.4 Agroturismo.....	6
2.3 EL SISTEMA TURÍSTICO	7
2.3.1 Análisis de la demanda turística	8
2.3.1.1 Viajes internos.....	8
2.3.1.2 Viajes internacionales.....	8
2.3.2 Análisis de la oferta turística	8
3 MATERIALES Y MÉTODOS.....	10
3.1 LOCALIZACIÓN DEL ESTUDIO	10
3.2 METODOLOGÍA.....	11

3.3	ESTUDIO DE MERCADO.....	11
3.3.1	Determinación de la muestra.....	11
3.3.2	Determinación de la oferta.....	11
3.4	ESTUDIO TÉCNICO.....	12
3.5	ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.....	12
3.6	ESTUDIO FINANCIERO.....	12
3.7	EVALUACIÓN AMBIENTAL.....	12
4	RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	13
4.1	ESTUDIO DE MERCADO.....	13
4.1.2	Determinación del tamaño de la muestra.....	14
4.1.3	Determinación del mercado meta.....	15
4.1.4	Determinación de la demanda.....	22
4.1.5	Estructura de la oferta.....	23
4.1.6	Estrategia de comunicación.....	24
4.2	ESTUDIO TÉCNICO.....	26
4.2.1	Primera etapa “Cultura del café”.....	26
4.2.1.1	Atracciones y actividades turísticas.....	26
4.2.1.2	Construcciones y adecuaciones en la primera etapa.....	30
4.2.2	Segunda etapa “Contemplación de la naturaleza”.....	32
4.2.2.1	Atracciones y actividades turísticas.....	32
4.2.2.2	Construcciones y remodelaciones de la segunda etapa.....	33
4.3	ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL.....	34
4.3.1	Aspectos administrativos.....	34
4.3.2	Aspectos legales.....	35
4.4	ESTUDIO FINANCIERO.....	36
4.4.1	Inversión.....	36
4.4.2	Costos.....	38
4.4.3	Capital de trabajo.....	40
4.4.4	Amortización.....	40
4.4.5	Depreciación.....	41
4.4.6	Ingresos.....	41
4.4.7	Flujo de caja.....	42
4.4.8	Evaluación del proyecto.....	42
4.4.8.1	Valor Actual Neto (VAN).....	42
4.4.8.2	Relación Beneficio Costo (RBC).....	42
4.4.8.3	Tasa Interna de Retorno (TIR).....	42
4.5	ESTUDIO AMBIENTAL.....	43
5	CONCLUSIONES.....	45
6	RECOMENDACIONES.....	46
7	BIBLIOGRAFIA.....	47
8	ANEXOS.....	50

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro

1.	Llegadas internacionales por región a El Salvador, 2005.	13
2.	Llegadas a El Salvador por tipo de visitante, 2005.	14
3.	Datos demográficos de San Salvador considerados en la estimación de la población muestreada para determinar la oferta turística de la finca San Antonio.	15
4.	Resultados de los encuestados en el área metropolitana de San Salvador, respecto a la edad, nivel educativo e ingresos económicos, 2007.	16
5.	Resultados de las encuestas realizadas en el área metropolitana de San Salvador, referente a si han visitado fincas turísticas y la disponibilidad de visitar una finca agroturística, 2007.	17
6.	Resultados de las encuestas realizadas en el área metropolitana de San Salvador, con relación a la disponibilidad de pago (US\$) por cada actividad realizada en la finca, 2007.	20
7.	Resultados de las encuestas realizadas en el área metropolitana de San Salvador, relacionado con la frecuencia de visita a la finca agroturística, 2007.	21
8.	Resultados de las encuestas realizadas en el área metropolitana de San Salvador, según la época del año que los visitantes prefieren viajar, 2007.	21
9.	Determinación de la demanda para la primera etapa del estudio de prefactibilidad para la diversificación de la finca de café “San Antonio–El Quequeisque”, en finca agroturística, 2007.	23
10.	Determinación de la demanda para la segunda etapa del estudio de prefactibilidad para la diversificación de la finca de café “San Antonio–El Quequeisque”, en finca agroturística, 2007.	23
11.	Cálculo de la capacidad de carga física (CCF) establecida para los recorridos guiados en la finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.	29
12.	Inversiones en la infraestructura de la primera etapa; “Cultura del café”. Finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.	36
13.	Inversiones en los recorridos turísticos de la primera etapa; “Cultura del café”. Finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.	37
14.	Inversiones en los servicios profesionales y mano de obra de la primera etapa; “Cultura del café”. Finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.	37

15.	Inversiones en la segunda etapa; “Contemplación de la naturaleza”. Finca San Antonio-El Quequeisque, 2007	38
16.	Costos fijos de la primera etapa; “Cultura del café”. Finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.	38
17.	Costos variables de la primera etapa; “Cultura del café”. Finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.	39
18.	Costos fijos de la segunda etapa; “Contemplación de la naturaleza”. Finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.	39
19.	Costos variables de la segunda etapa; “Contemplación de la naturaleza”. Finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.	39
20.	Amortización de la inversión (US\$) para la primera etapa; “Cultura del café”. Finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.....	40
21.	Amortización de la inversión (US\$) para la segunda etapa; “Contemplación de la naturaleza”. Finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.	40
22.	Ingresos estimados para la primera etapa; “Cultura del café”. Finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.	41
23.	Ingresos estimados para la segunda etapa; “Contemplación de la naturaleza”. Finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.	41
24.	Resumen de resultados de la evaluación financiera para la primera y segunda etapa del proyecto agroturístico en la finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.	43
25.	Criterios para categorizar el grupo A, respecto al impacto ambiental generado por una actividad económica, establecidos por el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2007.....	44

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura

1.	Ubicación geográfica de la finca San Antonio – El Quequesque, La Libertad, El Salvador.....	10
2.	Resultados de los encuestados en el área metropolitana de San Salvador, referente a la disponibilidad de pago por ingreso a la finca agroturística San Antonio, 2007.....	16
3.	Resultados de las encuestas realizadas en el área metropolitana de San Salvador, respecto a la preferencia en número de acompañantes, para realizar actividades turísticas, 2007.....	17
4.	Resultados de las encuestas realizadas en el área metropolitana de San Salvador, sobre las principales motivaciones de los encuestados para escoger un destino turístico, 2007.	18
5.	Resultados de las encuestas realizadas en el área metropolitana de San Salvador, de las principales actividades que los visitantes desean realizar, 2007.	19
6.	Resultados de las encuestas realizadas en el área metropolitana de San Salvador, respecto a los principales servicios que los visitantes desean tener en la finca, 2007.	20
7.	Resultados de las encuestas realizadas en el área metropolitana de San Salvador respecto al tiempo que el encuestado se quedaría en la finca, 2007.	22
8.	Resultados de las encuestas realizadas en el área metropolitana de San Salvador, sobre los principales medios de información que consulta el encuestado para la elección del destino turístico, 2007.....	25

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo

1.	Formato de encuesta estructurada para el levantamiento de información sobre la demanda turística en el área metropolitana de San Salvador.....	51
2.	Información sobre algunas características del cultivo de café para la presentación a los visitantes en la sala de espera de la finca San Antonio-El Quequeisque.....	54
3.	Inventario realizado por SALVANATURA sobre la flora y fauna presentes en la finca San Antonio–El Quequeisque.	58
4.	Mapa del sendero turístico “La quebrada”, finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.	64
5.	Mapa del sendero turístico “La periquera”, finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.	65
6.	Mapa del sendero turístico “La ceiba”, finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.	66
7.	Inventario de maquinaria del beneficio de la finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.	67
8.	Rotulación de Ambientes y Señalización en la finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.	68
9.	Requerimientos básicos de la sala para visitantes en la finca San Antonio-El Quequeisque.....	70
10.	Requerimientos básicos del área de descanso (casona) para visitantes en la finca San Antonio-El Quequeisque.	71
11.	Organigrama administrativo del proyecto agroturístico en la finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.	72
12.	Ley de turismo de El Salvador.	73
13.	Requisitos para solicitar calificación de la inversión como un proyecto turístico nacional, para acceder a los beneficios contemplados en la ley de turismo.....	85
14.	Cálculo del capital de trabajo para el proyecto agroturístico de la finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.	86

15.	Cálculo en dólares de la depreciación de bienes para la primera y segunda etapa del proyecto agroturístico de la finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.	86
16.	Flujo de caja en dólares para la primera etapa, “Cultura de café” del proyecto agroturístico de la finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.	87
17.	Flujo de caja en dólares para la primera y segunda etapa del proyecto agroturístico de la finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.	88
18.	Glosario de términos.....	89

1 INTRODUCCIÓN

En estos últimos años la perspectiva del turismo ha cambiado, de un turismo convencional en donde se prefería la playa, arena y sol a un turismo diferenciado, en donde se pueda apreciar la naturaleza, la belleza de los paisajes, el clima agradable, los rasgos culturales de una región, la flora y fauna silvestre, que constituyen atracciones notables tanto para los turistas extranjeros como nacionales. Con un adecuado manejo y control se puede generar atractivos beneficios económicos, en moneda nacional y divisas extranjeras. El ingreso a la economía de El Salvador generado por el turismo en el 2005 ascendió a US\$644.21 millones (CORSATUR, 2005).

El turismo, según la Organización Mundial de Turismo (OMT) mencionada en el Boletín estadístico de CORSATUR (2005), se ha incrementado a nivel internacional en un 5.5% para el 2005, lo que representa 42 millones de llegadas, de los cuales 7 millones son registradas en América. El número de turistas internacionales que visitó El Salvador, para el 2005, es de 1.15 millones de turistas; es decir un incremento del 19.5% con relación al 2004.

A raíz, de las actuales tendencias del turismo mundial y salvadoreño, el Fideicomiso Walter S. estima apropiado diversificar las fuentes de ingresos, introduciendo como complemento de sus actividades caficultoras la visitación turística.

El pensamiento de la junta del fideicomiso está en concordancia con los últimos acontecimientos de las políticas del sector turístico, promovidas por el gobierno salvadoreño, quien procura ampliar su mapa turístico a través de la multiplicidad de los destinos turísticos nacionales acompañados de una enérgica campaña de promoción a nivel nacional e internacional.

El Fideicomiso Walter Soundy, ejecutor de las acciones en la Finca San Antonio El Quequeisque, a efecto de tomar acertadas decisiones, estimo conveniente llevar a cabo un estudio de prefactibilidad, documento que refleja el proceso de investigación, análisis y resumen de los datos indispensables para los objetivos propuestos para dicho fideicomiso.

1.1 ANTECEDENTES

El Fideicomiso Walter Arthur Soundy; ubicado en el Municipio de Santa Tecla, departamento de La Libertad, El Salvador, es una institución sin fines de lucro, que fue conformada después de la muerte de Sr. Walter Soundy, quien dejó al Banco Salvadoreño

la administración de sus bienes económicos para continuar las obras de beneficencia a todo el departamento de La Libertad.

El fideicomiso ha llevado a cabo muchas obras en apoyo a la población del departamento de La Libertad. Entre éstas, sobresalen la clínica médica del Patronato de la Inmaculada Concepción, en Santa Tecla; la construcción de locales para la Cruz Roja Salvadoreña; la edificación de una torre de cinco plantas para el Hospital San Rafael, centros hospitalarios; la construcción de viviendas para damnificados por el huracán Mitch, la Residencial El Quequeisque, hogar para ancianos “Beato Hermano Pedro Betancur”, entre otros. Éstas son una pequeña muestra de todas las actividades que el Fideicomiso Walter A. Soundy ha realizado.

El Fideicomiso Walter A. Soundy, pretende iniciar un proyecto de turismo para generar nuevos ingresos económicos, que favorezcan el incremento de capital aprovechando las características de la finca San Antonio-El Quequeisque como: las instalaciones del beneficiado de café, los bosques de galería, su ubicación geográfica (ubicado en las faldas del volcán San Salvador, en el departamento de La Libertad) y la corta distancia del centro de Santa Tecla a la finca, al igual de la capital de El Salvador.

1.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

El Fideicomiso Soundy, interesado en mantener y ampliar el apoyo financiero a las comunidades que pertenecen al departamento de la Libertad, está en procura de la generación de nuevas fuentes de riqueza por lo cual ha considerado ampliar su actividad agrícola, diversificando la finca cafetalera, San Antonio, a su cargo.

La finca de café San Antonio-El Quequeisque, posee una serie de atributos con capacidad de ser aprovechados en la prestación de servicios turísticos, particularmente en la modalidad de agroturismo y ecoturismo. En virtud de las bondades que presenta dicha finca; el fideicomiso ha visualizado la oportunidad de diversificar la producción cafetalera, incluyendo como actividad complementaria la visita turística. Por lo cual, se requiere realizar un estudio de prefactibilidad, con el fin de garantizar las inversiones que conlleva la diversificación de esta finca con producción de más de treinta años.

1.3 JUSTIFICACIÓN

El gobierno de El Salvador, a través del Ministerio de Turismo (MITUR), está promoviendo y publicitando el turismo en el país, un claro ejemplo es el lanzamiento del plan “Mi País” que muestra al turista los atractivos turísticos que posee El Salvador.

El Fideicomiso Walter A. Soundy que está a cargo de la administración de la finca de café San Antonio-El Quequeisque, considerando la necesidad de ampliar sus fuentes de ingresos, la fluctuación del mercado cafetero, las enfermedades como broca y roya, y el apoyo del gobierno nacional al rubro turístico. De esta forma surge la iniciativa de diversificar la actividad agrícola a efecto de generar nuevos ingresos económicos

introduciendo actividades turísticas, aprovechando las bondades de la finca, como: el área, la biodiversidad en flora y fauna, las quebradas naturales que se formaron con el tiempo, la gran vista panorámica del centro de Santa Tecla y principalmente el proceso que conlleva la producción de café, entre otros.

El incluir servicios apropiados para la visitación turística permitirá añadir servicios ambientales que dan valor a la actividad cotidiana de la finca y captar ingresos indispensables para el cumplimiento de las responsabilidades sociales, para lo cual fue creado el fideicomiso.

1.4 LÍMITES DEL ESTUDIO

El proyecto está diseñado para determinar el potencial de negocio en las instalaciones de la finca San Antonio-El Quequeisque, que tiene un área aproximada de 502 manzanas, ubicadas en las faldas del Volcán San Salvador y colindantes con la urbe central de Santa Tecla. La finca está administrada por el Fideicomiso Walter A. Soundy. Por tal motivo, los resultados obtenidos no pueden ser usados para otros proyectos.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 Objetivo general

Determinar la prefactibilidad de agregar la actividad agroturística en la finca San Antonio; aprovechando las instalaciones del beneficiado y la cultura del café, para ser puesta al servicio de los visitantes.

1.5.2 Objetivos específicos

- Determinar la oferta y la demanda del este servicio agroturístico para la finca San Antonio-El Quequeisque.
- Determinar la disponibilidad de pago por los recursos turísticos en la finca San Antonio.
- Diseñar una ruta guiada para el recorrido turístico en la finca San Antonio, basada en los atractivos del lugar.

2 REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 CONCEPTO Y DEFINICIONES DE TURISMO

En la actualidad existen diferentes conceptos de turismo; según la OMT (1998), se debe a la relativa juventud como actividad socioeconómica y su complejidad. Etimológicamente turismo, se deriva de la palabra latina « *tornus* », que significa la acción de movimiento y retorno. El diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2001), define turismo como “la actividad o hecho de viajar por placer”.

Con el transcurso del tiempo la definición de turismo ha cambiado según los escenarios de la historia del hombre. (OMT, 1998 y García 2003). En 1942 los profesores Hunziker y Krapf definían el turismo como « El conjunto de acciones, actividades, relaciones y fenómenos causados por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar habitual de residencia, en tanto no estén ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada » (OMT, 1998).

Posteriormente Burkart y Medlik (1981) definieron el turismo como; los desplazamientos cortos y temporales que las personas realizan, con destinos fuera de su residencia y su lugar de trabajo.

En la actualidad la definición más aceptada es: “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios y otros” (OMT, 1998).

2.2 CLASIFICACIÓN DEL TURISMO

La clasificación del turismo, de acuerdo a la OMT (1995), está centrada en dos grupos; el turismo tradicional o convencional y el turismo alternativo.

2.2.1 Turismo tradicional

El turismo tradicional es conocido también como el turismo de sol y playa (OMT, 1995), en donde los turistas durante el día acuden a la playa para tomar el sol, nadar, consumir alimentos y por la noche realizar diferentes actividades en los hoteles o zonas de esparcimiento.

Desde los inicios del turismo, como actividad económica, el turismo de sol y playa, era la única actividad turística que generaba representativos ingresos económicos. Este tipo de turismo fue dirigido, en especial, a todas las personas que vivían en lugares donde la temperatura era baja durante gran parte del año, personas que no tenían playas cerca de su lugar de residencia y una forma de escapar a la vida cotidiana.

2.2.2 Turismo alternativo

El turismo alternativo se define como “todos los viajes que tienen como fin el realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las experiencias que envuelven una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales” (OMT, 1995).

En los últimos años, debido a los recientes acontecimientos ambientales, sociales, económicos y culturales, el turismo alternativo está generando mayor interés en las personas. En la actualidad se está produciendo un cambio en la industria del turismo, aspectos como la calidad, la flexibilidad, la sensibilización con los aspectos medioambientales y la individualización adquieren cada vez mayor importancia (García, 2003).

Por otra parte, la Secretaría de Turismo de México (2004) atribuye que: el desarrollo industrial ha obligado a las personas a revalorizar la naturaleza, las culturas y tradiciones, motivando a los turistas a visitar sitios con un alto grado de conservación, con identidad propia, donde se puedan realizar actividades que le permitan tener conocimiento de los pueblos que visita y en especial tener un contacto con la naturaleza.

Fraguell (2002) menciona que a pesar de que el turismo se ve inmerso en un periodo de transformación, con la progresiva transformación de un modelo turístico tradicional basado en el sol y la playa y con la aparición competitiva de "nuevos turismos", todavía falta mucho por hacer para promocionar este nuevo tipo de turismo. El turismo alternativo se clasifica de la siguiente manera.

2.2.2.1 Turismo de aventura. Se define como: “viaje o excursión con el propósito específico de participar en las actividades para explorar una nueva experiencia, por lo general supone el riesgo advertido o peligro controlado asociado a desafíos personales, en un medio ambiente natural o en un exótico escenario al aire libre” (Sung *et al*, 1997).

2.2.2.2 Ecoturismo. Se define como el viaje que se realiza a zonas naturales en donde se conserva el medio ambiente. La OMT (1998) define ecoturismo como: “forma de turismo especializado en la naturaleza, centrado en actividades a pequeña escala con excursiones a zonas naturales; puede incluir visitas a lugares de interés cultural tradicional. Concede atención especial al desarrollo respetuoso del medio y al grado de uso por los visitantes”.

2.2.2.3 Turismo rural. Ofrece diferentes actividades al turista, como una nueva forma de descanso, un escape a lo urbano, brindando un contacto con la naturaleza, con poco deterioro ambiental, es un contacto con la cultura de una región, facilita la comprensión

de la realidad de las comunidades que los reciben; colaborando de una manera directa a los prestadores del servicio.

Para la OMT (1998) el turismo rural “son aquellos viajes que tienen como fin el realizar actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, en todas aquellas expresiones sociales, culturales y productivas cotidianas de la misma”.

En conclusión, el turismo rural es un viaje que desplaza al turista de su ambiente cotidiano, de las presiones de la vida moderna, para llevarlo a un lugar placentero en donde pueda disfrutar de la naturaleza y conocer diferentes culturas.

2.2.2.4 Agroturismo. La OMT (1998) define agroturismo como la participación de los turistas en actividades agropecuarias y/o la prestación de servicios de alojamiento y gastronomía local dentro de la propiedad agrícola.

El agroturismo tiene mucha relación con el ecoturismo, a diferencia del ecoturismo, el agroturismo no atrae a los turistas únicamente con la flora y fauna del lugar; si no que lo hace con los cultivos presentes, con la riqueza de especies y variedades de plantas útiles y la multiplicidad de razas de animales domésticos, permitiendo a los visitantes participar en las actividades cotidianas del receptor turístico.

El enfoque agroturístico se beneficia de las áreas rurales y sobre todo los viejos paisajes culturales, que permiten reconocer cómo vivieron y trabajaron generaciones pasadas, atraen a numerosos excursionistas y turistas, permitiendo que las plantas útiles de una región y las razas locales se transformen en un verdadero imán de visitantes (GTZ, 2006).

a) Razones para iniciar agroturismo. Una de las razones fundamentales para iniciar agroturismo es complementar la principal actividad económica, aprovechar la infraestructura existente, el espacio de alojamiento de las propias viviendas y la explotación agropecuaria (Herrera *et al*, 2006). Esto proporciona a los campesinos o inversionistas ingresos suplementarios y contribuye a la conservación de las tradiciones, de las especies endémicas del lugar y el desarrollo de toda la región.

Por otra parte el agroturismo es una fuente de ingresos alterna, cuando los productores se encuentran en temporadas en las que los cultivos o sus actividades principales no generan ingresos por ventas tangibles.

Según Herrera *et al*, (2006) el agroturismo se considera como una expresión de la multifuncionalidad de la agricultura, en el sentido que lleva asociado la producción de bienes públicos, que no necesariamente tienen mercados tangibles, como son los paisajes, la biodiversidad, emisión de oxígeno, permanencia de asentamientos humanos en zonas rurales, tradición entre otros.

b) Condiciones necesarias para desarrollar agroturismo. Para el desarrollo agroturístico el sector público debe crear condiciones de infraestructura y seguridad para que el negocio turístico funcione adecuadamente, la empresa privada y gobierno debe poner la logística de apoyo para que la estancia sea un lugar agradable.

Según la GTZ (2006) para que el agroturismo pueda desarrollarse, deben cumplirse varias condiciones, entre ellas se cuentan:

- Un paisaje natural o un paisaje cultural de pequeños espacios, ricamente estructurado.
- Además de la belleza del paisaje deben existir otras atracciones como: las culturales, históricas o de historia natural.
- Buenas conexiones de acceso, ya que regiones atractivas casi no pueden aprovecharse si no están conectadas con centros fáciles de alcanzar.
- Debe existir una cierta infraestructura, posibilidades de transporte, alojamiento y restaurantes.
- Estabilidad política, por la dificultad de comercializar importantes atracciones turísticas cuando existen conflictos dentro del país.
- Aceptación entre la población, debe estar de acuerdo con los fines turísticos.

c) **Beneficios y riesgos del agroturismo.** Las principales desventajas del agroturismo está relacionada con la capacitación del personal, es decir con los instrumentos necesarios para que el turista sea atendido correctamente (OMT, 1995).

Por otra parte el turismo es una actividad bastante dinámica, donde el tiempo juega un papel importante, el cual genera que los prestadores de servicios turísticos estén en constante actualización y generen nuevos atractivos (Herrera *et al*, 2006).

El aumento del tiempo de trabajo, que antes sólo era dedicado a la producción, es un riesgo para la actividad principal del lugar. Según Herrera *et al*, (2006). Entre los beneficios de realizar agroturismo se encuentran:

- La rehabilitación del patrimonio arquitectónico y cultural.
- La reactivación de la economía local.
- Comercialización directa de los productos agroalimentario y artesanos.
- Reconocimiento del papel de la mujer en el medio rural.
- La dignificación del papel del agricultor en la sociedad.
- Intercambio cultural-urbano.
- Transmisión real, objetiva y natural de la realidad social, política y cultural de la sociedad.

2.3 EL SISTEMA TURÍSTICO

La actividad turística engloba elementos que se interrelacionan mutuamente, los cuales cambian con el tiempo. Por esta razón, la promoción y comercialización del producto turístico es imprescindible.

Según la OMT (1995) la actividad turística es el resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde la óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente. Los elementos básicos de la actividad turística son los siguientes:

2.3.1 Análisis de la demanda turística

La demanda turística está formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos (OMT, 1998). Las actividades turísticas deben ir dirigidas a satisfacer las necesidades de los turistas y es de suma importancia conocer las características de estos.

La OMT (1995) distingue entre el concepto de “viajero”, que se refiere a cualquier persona que viaje entre dos o mas países o entre dos o más localidades de su país de residencia habitual; y “visitante” que son todos los tipos de viajeros relacionados con el turismo.

Otra clasificación que según la Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y de la Pequeña y Mediana Empresa en España (OMT, 1998) distingue el concepto de turista: “pasajero que permanece una noche por lo menos en medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado”; y el de excursionista: “visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo o privado del país visitado”.

Según la OMT (1998) y García (2003) la demanda turística está compuesta por dos grupos de viajes.

2.3.1.1 Viajes internos. Son aquellos viajes que realiza toda persona que reside en un país y que viaja, por una duración no superior a 12 meses, a un lugar dentro de su propio territorio pero distinto al de su entorno habitual y cuyo motivo principal no es ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

3.3.1.2 Viajes internacionales. Son los viajes realizados por los residentes de un país, por un periodo no superior a 12 meses, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual, y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el transcurso de su visita.

Tradicionalmente se ha considerado al turismo internacional, como la parte más importante de la demanda, porque genera mayores beneficios económicos, es decir; estancias más largas, mayor gasto, uso de transporte y alojamientos más caros (García, 2003).

2.3.2 Análisis de la oferta turística

Es importante conocer el concepto de la demanda, pero no se puede dejar a un lado la oferta turística. La OMT (1998) lo define como “el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”.

Según la Secretaría de Turismo (1992) citado por García (2003), la oferta turística se como:

$$\text{Recursos} + \text{servicios} = \text{Productos turísticos} + \text{precio, distribución, promoción} = \text{Ofertas turísticas}$$

Para la OEA (1994) es importante la evaluación de los recursos turísticos para determinar el potencial, la disponibilidad de los mismos y la planificación de su uso en función de su calidad, cantidad y variedad.

Acerenza (1995) menciona que es necesario realizar las siguientes investigaciones para seleccionar un recurso y generar una oferta turística.

- Identificar lugares de interés turístico (visitados actualmente por los turistas).
- Inventariar los recursos existentes.
- Tipificar los lugares inventariados.
- Seleccionar dentro de esos recursos los que se consideran prioritarios.

La oferta turística está comprendida por muchos factores y no sólo por el lugar físico que brinda el servicio turístico al cual llegan los visitantes, entre estos elementos se encuentran; las agencias de viajes, compañías de transportes, empresas de promoción, entre otros.

La OMT (1996) considera diversos factores para categorizar la oferta turística, y lo engloba en el concepto de *gastos turísticos* (todo gasto turístico de consumo efectuado por un visitante durante su desplazamiento y su estancia en el lugar). La clasificación del gasto turístico es el siguiente.

- Alojamiento.
- Alimentación.
- Transporte.
- Ocio.
- Cultura.
- Actividades deportivas.
- Compras.
- Otros.

3 MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 LOCALIZACIÓN DEL ESTUDIO

El proyecto de turismo se realizará en la finca San Antonio-El Quequeisque, que cuenta aproximadamente con 502 manzanas; la finca se encuentra entre los 800–1,200 m.s.n.m. en las faldas del volcán San Salvador, en la parte norte de Santa Tecla, ubicado en el departamento de La Libertad, El Salvador. San Antonio-El Quequeisque está a diez minutos del centro de Santa Tecla y a media hora de la capital de El Salvador, San Salvador.



Figura 1. Ubicación geográfica de la finca San Antonio–El Quequeisque, La Libertad, El Salvador.

Fuente: Fideicomiso Walter A. Soundy (2007). Adaptado por el autor.

3.2 METODOLOGÍA

El diseño de investigación utilizado es el no experimental, transversal, descriptivo. Cuya base esta asociada a estudios de mercado; ya que no se trata de manipular deliberadamente las variables, puesto que se observaron las manifestaciones del agroturismo en su contexto natural, recolectando la información en un momento dado y describiendo las variables expuestas anteriormente.

3.3 ESTUDIO DE MERCADO

3.3.1 Determinación de la muestra

El muestreo fue simple y al azar; se realizó una encuesta estructurada que se llevó a cabo entre el 9-14 de Julio del presente año en el área metropolitana de San Salvador, específicamente en: el jardín botánico, instituciones privadas y públicas, en el mercado artesanal (ex-cuartel), la Universidad de El Salvador, centros comerciales y alrededores.

La fórmula estadística¹ usada fue:

$$n = \frac{P * Q * t^2}{e^2} \quad [1]$$

- n Tamaño de la muestra requerido
- t Nivel de confianza (95%)
- P Cantidad de personas encuestadas que solicitarían el servicio (50%)
- Q Cantidad de personas encuestadas que no solicitarían el servicio (50%)
- e Término del error (5%)

Los datos secundarios fueron obtenidos en fuentes confiables: la Dirección General de Estadística y Censos (DIGESTYC), Ministerio de Turismo (MITUR), Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), Fundación Salvadoreña para la Investigación del Café (PROCAFE) y otras entidades privadas.

3.3.2 Determinación de la oferta

Para determinar la oferta turística, se utilizaron los datos proporcionados por MITUR y CORSATUR, las visitas previas y experiencias en otros lugares con las mismas condiciones y potenciales; evaluando las características de los principales centros turísticos presentes en El Salvador y comparando con los recursos que tiene la finca San Antonio; paralelamente se tomó en cuenta la opinión de los empresarios, los aspectos naturales, las condiciones ambientales y los parámetros establecidos por los encargados del Fideicomiso Walter A. Soundy.

¹ Fórmula estadística para las ciencias sociales (Ritchey, 2006).

3.4 ESTUDIO TÉCNICO

Para este estudio se investigaron y evaluaron parámetros que han sido establecidos por la OMT (1995) y por Hernández (1983); como: atracciones turísticas, posibles actividades turísticas, servicios turísticos, servicios básicos y elementos institucionales.

Con base en la información recopilada en el estudio de mercado y la infraestructura de la finca San Antonio–El Quequeisque, se procedió al análisis de los datos para medir el potencial del negocio y estructurarlo de la mejor manera; planeando las construcciones o readecuaciones que se deben realizar en las instalaciones para brindar el servicio agroturístico a los visitantes.

3.5 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

Como parte del estudio que se requiere en el plan de inversión, es necesario tomar en cuenta los factores administrativos y los lineamientos que la empresa turística debe seguir para empezar con sus actividades. Basado en el marco legal que dispone el Ministerio de Turismo de El Salvador se mencionaran las regulaciones y requisitos mínimos que se debe tener para su inscripción como un producto de servicio agroturístico.

3.6 ESTUDIO FINANCIERO

Después de haber consolidado el estudio de mercado se procedió a identificar la inversión inicial, el capital de trabajo, los principales egresos, los ingresos, para concluir en la elaboración del flujo de caja; donde se determinaron los principales índices financieros para la toma de decisiones:

- Valor Actual Neto (VAN).
- La Tasa Interna de Retorno (TIR).
- Periodo de Recuperación de Inversión (PRI).
- Relación beneficio costo.

Para este estudio, se utilizaron los resultados obtenidos en las encuestas y por otra parte se tomó en cuenta las limitantes y recomendaciones de la junta directiva del Fideicomiso Walter A. Soundy.

3.7 EVALUACIÓN AMBIENTAL

En la evaluación ambiental se detallará cual es el impacto que tiene la empresa en el ambiente, los procedimientos para la mitigación de los impactos negativos hacia los recursos naturales y la sociedad.

4 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 ESTUDIO DE MERCADO

4.1.1. Análisis del sector turístico

En el mundo actual, el turismo en diferentes países se ha incrementado sustancialmente. Según la Organización Mundial de Turismo (CORSA TUR, 2005) la industria del turismo creció en un 5.5% en el 2005; un total de 42 millones de visitas turísticas en el mundo, de los cuales 7 millones fueron llegadas al nuevo mundo. En el caso de El Salvador el aumento en el año 2005 fue de 19.5% con lo que el sector turístico demostró una consolidación mayor; de acuerdo al Ministerio de Turismo “MITUR” (2005), El Salvador registró más de un millón de llegadas turísticas, con un ingreso mayor a 600 millones de dólares.

Por otra parte, la actividad turística se ha incrementado en el país, siendo los principales visitantes procedentes de países vecinos como Guatemala y Honduras; Norteamérica es la segunda región y en tercer lugar se encuentra Europa como emisores de turismo hacia El Salvador (Cuadro 1).

Cuadro 1. Llegadas internacionales por región a El Salvador, 2005.

Regiones	2002	2003	2004	2005	% de variación		Cuota de mercado %	Tasa de crecimiento anual medio (%)
					2002-2003	2004-2005	2005	1997-2005
Centro América	670,728.0	578,602.0	637,570.0	809,813.0	-13.7	27.0	70.2	40.9
Norte América	201,269.0	212,57.0	263,687.0	278,467.0	5.6	5.6	24.1	9.2
Sur América	577.0	19,539.0	19,853.0	21,954.0	3,286.3	10.6	1.9	3.6
Europa	25,443.0	34,782.0	32,147.0	30,575.0	36.7	-4.9	2.6	1.6
Otras naciones	52,58.0	11,885.0	13,159.0	13,577.0	-77.8	3.2	1.2	-3.0
TOTAL	950,597	857,378	966,416	1,154,386	-9.8	19.5	100	22.0

Fuente: CORSA TUR (2005). Modificado por el autor.

El Banco Central de Reserva de El Salvador (BCR) y la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) en el 2006 realizaron un estudio sobre el perfil del visitante internacional, donde se realizó más de 1,100 encuestas en las fronteras, en los principales puertos y los aeropuertos de El Salvador. Se determinó que el tipo de turista que ingresa al país es extranjero, en un 52.2%, y el turista salvadoreño residente en el exterior, en un 27%. De acuerdo a los estudios realizados para el BCR y CORSATUR los lugares que mayor demanda el turista extranjero son: los departamentos y ciudades -en especial San Salvador- (54%); en segundo lugar se encuentra la playa, sol y arena (23.2%) y en tercer lugar se encuentra los otros lugares.

Otro sector importante de turismo son los residentes salvadoreños en el exterior (Cuadro 2); según CORSATUR en el 2005 más de 242,000 visitantes fueron salvadoreños. No sólo los turistas extranjeros y salvadoreños residentes en el exterior generan ingresos económicos hacia el turismo, no hay que olvidar el salvadoreño que reside en su país, que también disfruta y demanda por sitios para salir de su vida cotidiana.

Cuadro 2. Llegadas a El Salvador por tipo de visitante, 2005.

Tipo de visitante	Enero-Diciembre	%
Salvadoreño residente en el exterior	242,421.0	35.3
Turista extranjero	911,965.0	64.7
TOTAL	1,154,386.0	100.0

Fuente: CORSATUR (2005). Modificado por el autor.

En una entrevista realizada a empresarios de la zona occidental mencionaron que la confianza del sector turístico parte del potencial del mismo turista interno. De acuerdo con los empresarios del sector, actualmente, el 99% de los que llegan a estas zonas son turistas nacionales; así lo declara Jimmy Róterdam: “En la zona norte, lo que más viene es el turismo salvadoreño, dependemos del turismo interno; llega poca gente internacional”; surfista y propietario de Punta Roca Resort en el Dpto. La Libertad (Linares, 2006).

4.1.2 Determinación del tamaño de la muestra

El Salvador cuenta aproximadamente con 5,7 millones de habitantes (MIC, 2007), de los cuales el 2.2 millones de habitantes viven en el área metropolitana de San Salvador (DIGESTYC, 2007); tomando en cuenta otros datos demográficos se determinó el número de hogares, dando como resultado 226,039 familias (Cuadro 3).

Cuadro 3. Datos demográficos de San Salvador considerados en la estimación de la población muestreada para determinar la oferta turística de la finca San Antonio.

San Salvador (área metropolitana)		
Población del área metropolitana (2006) ¹	(a)	2,224,223
Personas por hogar (2004) ²	(b)	5
Número de hogares	NH = a/b	444,845
Porcentaje de hogares pobres (2004) ²	c	39%
Número de hogares no pobres	HnPI=NH*(1-c)	271,355
Porcentaje que reciben remesas ³	d	16.70%
Tamaño de la población	TP=HnPI*(1-d)	226,039

Fuente: Elaboración propia.

Para determinar el tamaño de la muestra se hicieron dos cálculos estadísticos; el primero se realizó en el programa denominado STATSTM v.2, que tiene como variables: tamaño del universo (226,039 familias), error máximo aceptable (5%), porcentaje estimado de respuestas positivas (50%) y el nivel de confianza (95%). El resultado obtenido fue de 382 encuestas.

El segundo cálculo se realizó con la fórmula estadística [1], para las ciencias sociales (Ritchey, 2006). Se calculó que el tamaño de la muestra, para un nivel de confianza del 95% y con un 50% de personas que sí solicitarían el servicio, fuera de 380 encuestas. Tomando en cuenta los dos resultados obtenidos anteriormente y para no tener un sesgo de datos, por encuestas incompletas, posibles errores del encuestador y otros errores en el levantamiento de las encuestas; se realizaron 450 encuestas (Anexo 1).

4.1.3 Determinación del mercado meta

Para la determinación del mercado meta se tomaron en cuenta los resultados obtenidos, de las encuestas realizadas en el mes de julio; los cuales ayudaron a caracterizar al visitante y al conjunto de ellos determinando gustos y preferencias de los mismos.

Basado en los resultados obtenidos de las encuestas; podemos determinar que la mayor parte de nuestro mercado meta son personas entre los 20 a 30 años de edad, que se encuentran en un nivel económico medio y con un nivel educativo universitario (Cuadro 4); por consiguiente hay que tomar en cuenta el monto de pago por el ingreso a la finca turística, sugerido por los mismo encuestados (Figura 2).

¹Dirección General de Estadística y Censos. Censo 1992, Proyección 1997.

²PNUD datos de Mapa de Pobreza 2004.

³Indicadores municipales sobre desarrollo humano y objetivos de desarrollo del milenio, 2005.

Cuadro 4. Resultados de los encuestados en el área metropolitana de San Salvador, respecto a la edad, nivel educativo e ingresos económicos, 2007.

Edad				Nivel educativo					Ingresos económicos				
20 a 30	31 a 40	41 a 50	> 51	Primaria	Secundaria	Universitaria	Post grado	Doctorado	< US\$ 200	US\$ 201 a 500	US\$ 501 a 800	US\$ 801 a 1,200	>US\$ 1,200
47%	37%	12%	4%	1%	13%	58%	22%	6%	11%	44%	22%	17%	6%

Fuente: Elaboración propia.

La disponibilidad de pago de los encuestados por ingresar a la finca San Antonio es de US\$1.50 a US\$2.50, en un 52%. Existe, en el futuro, la posibilidad de incrementar el pago por el ingreso de US\$2.60 a US\$5.00, tomando en cuenta la edad, los ingresos económicos, el nivel educativo y según las respuestas positivas de un 36% de los encuestados.

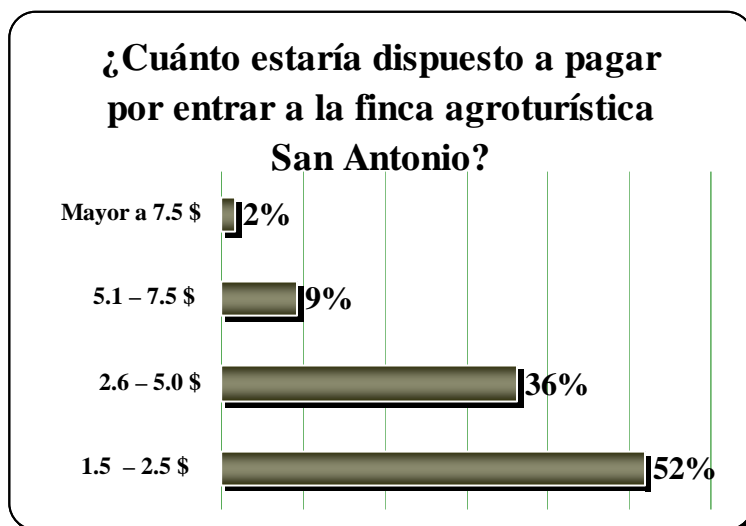


Figura 2. Resultados de los encuestados en el área metropolitana de San Salvador, referente a la disponibilidad de pago por ingreso a la finca agroturística San Antonio, 2007.

Fuente: Elaboración propia.

Para el estudio, uno de los índices de interés fue la cantidad de personas que han realizado visitas, recorridos guiados por fincas agroturísticas y cuántos estarían dispuestos a visitar la finca agroturística; de los 450 encuestados, el 85% estaría dispuesto a visitar la finca agroturística (Cuadro 5).

Cuadro 5. Resultados de las encuestas realizadas en el área metropolitana de San Salvador, referente a si han visitado fincas turísticas y la disponibilidad de visitar una finca agroturística, 2007.

¿Ha realizado visitas y recorridos guiados por fincas agroturísticas?		¿Le gustaría visitar una finca agroturística?	
Si	No	Si	No
55%	45%	85%	15%

Fuente: Elaboración propia.

Para los posteriores datos sólo se tomó en cuenta a las personas que sí estarían dispuestos a visitar la finca agroturística. La mayor parte de los encuestados prefieren viajar en forma grupal, en familia y en grupo de amigos; por lo cual la finca debe contar con áreas adecuadas en la recepción, áreas de descanso y de juegos para grupos de cuatro, cinco o más personas, así como facilidades para personas de tercera edad, discapacitados y niños (Figura 3).

Otro aspecto que sobresale es que el visitante está buscando eliminar la intermediación y que procura los destinos turísticos por sus propios medios, eliminando de esta manera la figura del operador de turismo en la realización de la experiencia de viaje.

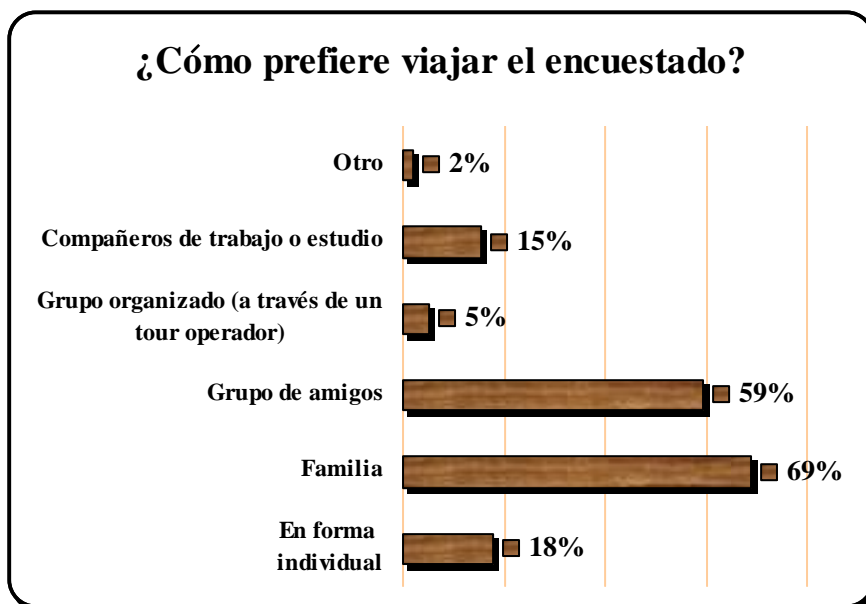


Figura 3. Resultados de las encuestas realizadas en el área metropolitana de San Salvador, respecto a la preferencia en número de acompañantes, para realizar actividades turísticas, 2007.

Fuente: Elaboración propia.

Entre las principales motivaciones de los encuestados para escoger un destino turístico, se encuentra el contacto con la naturaleza, seguido de playa sol y arena, aventura y centros

históricos; lo cual es favorable para el proyecto, mostrando un alto interés por un turismo alternativo, (Figura 4).

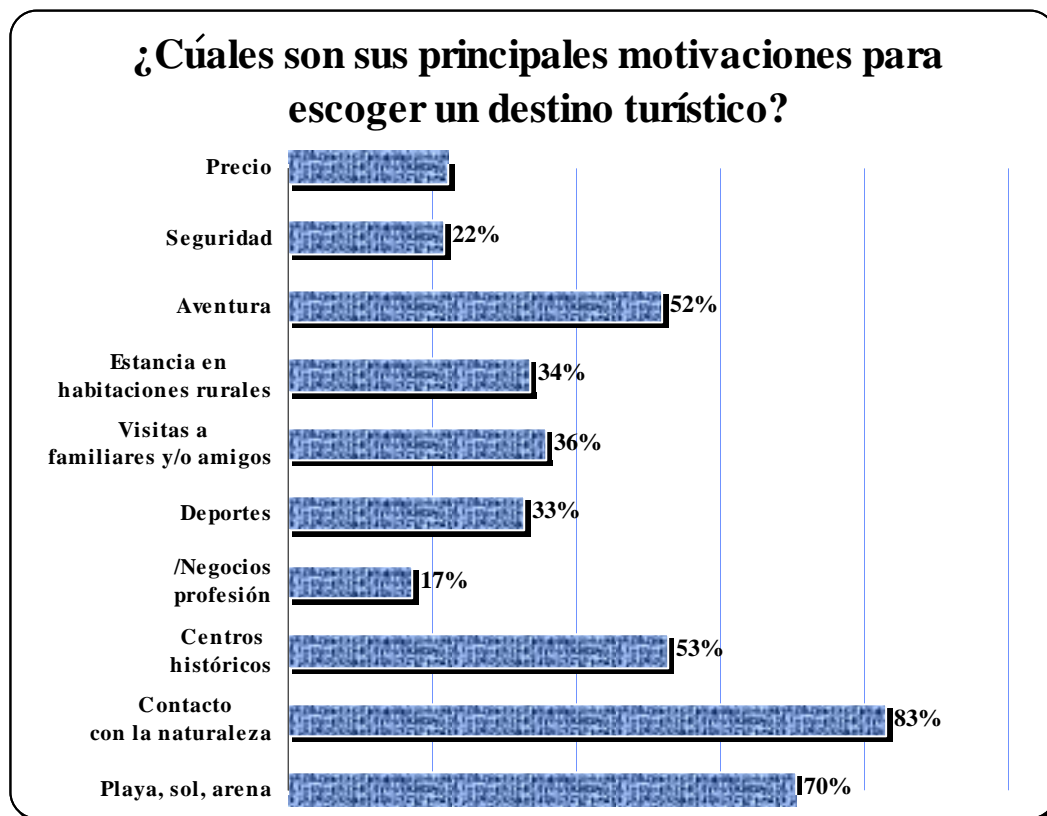


Figura 4. Resultados de las encuestas realizadas en el área metropolitana de San Salvador, sobre las principales motivaciones de los encuestados para escoger un destino turístico, 2007.

Fuente: Elaboración propia.

Uno de los indicadores con mayor importancia, para este estudio, es conocer las actividades que los encuestados desean realizar en la finca agroturística (Figura 5). El 75% prefirió conocer el proceso de producción de café, el 60% senderismo y la posibilidad de que las personas se queden a pernoctar en la finca, en dormitorios rústicos o acampar al aire libre, en 40% y 34% respectivamente.

Es recomendable tomar en cuenta el interés de los encuestados por pernoctar en la finca, complementándose con actividades culturales, vistas panorámicas o realizar cualquier otro evento durante la noche.

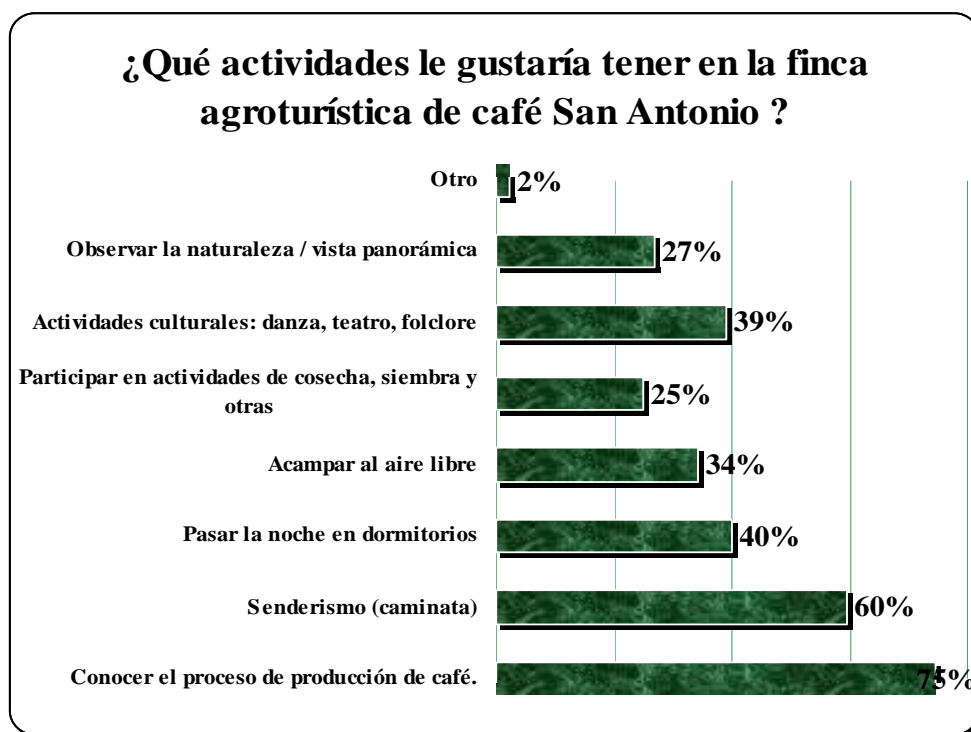


Figura 5. Resultados de las encuestas realizadas en el área metropolitana de San Salvador, de las principales actividades que los visitantes desean realizar, 2007.

Fuente: Elaboración propia.

Según los datos analizados, el 75% de las personas encuestadas está en la disponibilidad de conocer y pagar US\$6.90, en promedio, hasta un máximo de US\$30.00, por el proceso de producción de café; en segundo lugar se encuentra el senderismo o caminata, con un 60%, por la cual pagarían US\$3.60. Otra sugerencia de los encuestados menciona que pagarían por paquetes; de dos, tres, cuatro hasta de cinco actividades y no por actividades individuales. Por lo tanto se aconseja diseñar la oferta turística basada en al menos tres actividades distintas pudiéndose complementarse con actividades de animación sociocultural, museos de café, noches de historia cultural, entre otros.

Cuadro 6. Resultados de las encuestas realizadas en el área metropolitana de San Salvador, con relación a la disponibilidad de pago (US\$) por cada actividad realizada en la finca, 2007.

Actividad	Media (US\$)	Moda (US\$)	Máx. (US\$)
Conocer el proceso de producción de café.	6.9	10.0	30.0
Senderismo (caminata)	3.6	0.0	30.0
Pasar la noche en dormitorios	16.6	20.0	50.0
Acampar al aire libre	9.5	10.0	30.0
Participar en actividades de cosecha, siembra y otras	2.3	0.0	15.0
Actividades culturales: danza, teatro, folclore	4.5	0.0	25.0
Observar la naturaleza / vista panorámica	3.3	0.0	25.0
Otros	21.9	20.0	30.0

Fuente: Elaboración propia.

Con relación a los principales servicios que los encuestados desean tener en la finca agroturística se encuentran: en primer lugar los recorridos guiados, con el 76%, en segundo lugar la degustación de café y sus derivados, con un 74% y en tercer lugar está el servicio de cafetería, con el 50% (Figura 6). En el caso de “otros” servicios que se desearía tener, sugieren brindar el servicio de comida estilo buffet en la finca, respecto a este punto el fideicomiso aun no piensa a corto plazo en brindar el servicio de restaurante; por las implicaciones sanitarias, incremento del personal e infraestructura que es necesario realizar. Se ofrecerá un servicio de cafetería, donde el visitante pueda consumir productos elaborados con café, galletas u otro tipo de alimento fabricado en otras empresas.

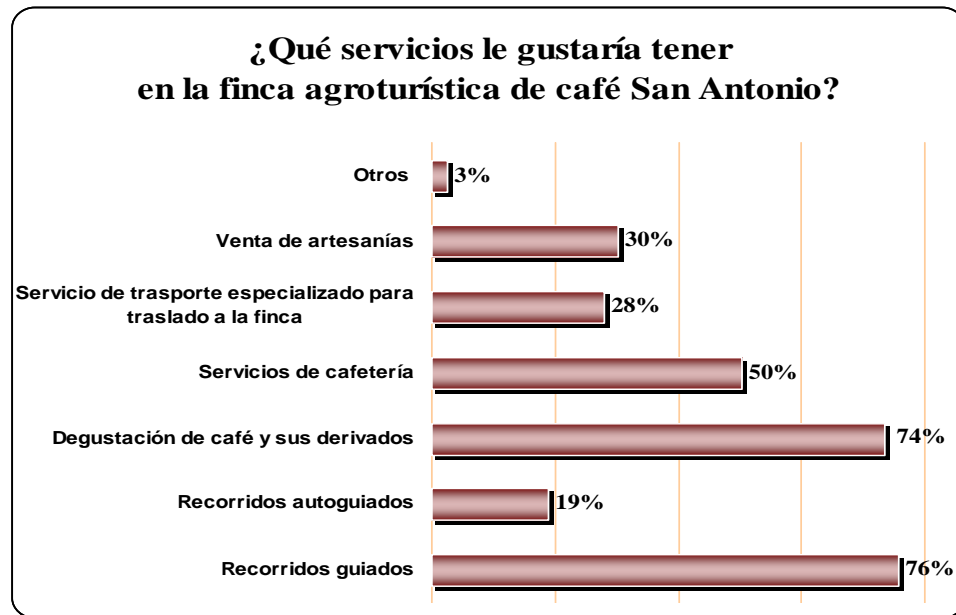


Figura 6. Resultados de las encuestas realizadas en el área metropolitana de San Salvador, respecto a los principales servicios que los visitantes desean tener en la finca, 2007.

Fuente: Elaboración propia.

La frecuencia de visita a la finca agroturística, según los resultados de las encuestas, determinan que en su mayoría, el 54%, lo haría una vez durante todo el año y el resto dos hasta tres veces por año. Tomando en cuenta los resultados, cerca del 46% estaría en la posibilidad de regresar más de una vez, todo dependerá de la primera impresión que se de al visitantes (Cuadro 7).

Cuadro 7. Resultados de las encuestas realizadas en el área metropolitana de San Salvador, relacionado con la frecuencia de visita a la finca agroturística, 2007.

¿Con qué frecuencia visitaría la finca agroturística?				
1 vez al mes	2 veces al mes	1 vez al año	2 veces al año	Otro
7%	8%	54%	29%	4%

Fuente: Elaboración propia.

La época del año en que el encuestado desea realizar viajes no muestra una estacionalidad marcada, el 44% prefiriere las vacaciones anuales y el 42% los fines de semana (Cuadro 8). La visita se distribuiría a lo largo del año, tomando en cuenta que el año tiene 52 fines de semana y que las vacaciones anuales depende de la actividad laboral, decisión personal y/o de la empresa.

Cuadro 8. Resultados de las encuestas realizadas en el área metropolitana de San Salvador, según la época del año que los visitantes prefieren viajar, 2007.

¿En qué época del año prefiere viajar?					
Vacaciones anuales	Fines de semana	Feridos y puentes	Feriado Agostino	Navidad y/o Año Nuevo	Otros
44%	42%	16%	21%	16%	1%

Fuente: Elaboración propia.

Con relación al tiempo de estadía en la finca agroturística hay una mezcla bien marcada de visitantes, entre turistas y excursionistas, los resultados muestran una tendencia a quedarse parte del día y una noche, el 42%, seguido de la estadía durante el transcurso del día, el 50% (Figura 7). En el caso de habilitar dormitorios en la finca para la pernoctación de los visitantes, se deben en realizar actividades de entretenimiento para la noche, como; bailes típicos, noches de canto entre otros.

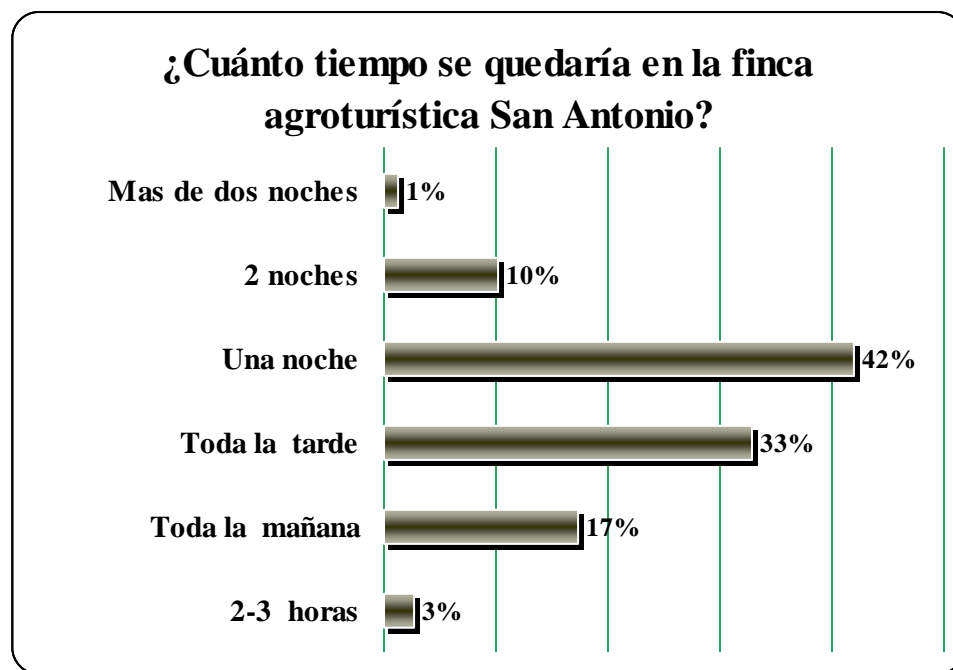


Figura 7. Resultados de las encuestas realizadas en el área metropolitana de San Salvador respecto al tiempo que el encuestado se quedaría en la finca, 2007.

Fuente: Elaboración propia.

4.1.4 Determinación de la demanda

Para determinar la demanda se tomó en cuenta los resultados de las encuestas realizadas y los datos demográficos de San Salvador (Cuadro 3). Ésta se dividió en dos etapas debido a los diferentes atractivos que la finca ofrecerá en cada etapa y los periodos de inversión en infraestructura que el fideicomiso estableció. Para la primera etapa se multiplicó el tamaño de la población por el 45%, que no habían realizado visitas a fincas agroturísticas (Cuadro 5); el resultado obtenido se multiplicó por el porcentaje de visitantes dispuestos a visitar la finca de café, dando como resultado 86,460 personas. Finalmente este resultado se multiplicó por el 5% -un porcentaje estipulado- y el número total de la demanda para la primera etapa es de 4,321 visitantes por año (Cuadro 9).

Cuadro 9. Determinación de la demanda para la primera etapa del estudio de prefactibilidad para la diversificación de la finca de café “San Antonio–El Quequeisque”, en finca agroturística, 2007.

San Salvador (área metropolitana)	
Tamaño de la población	226,039
Porcentaje de personas encuestadas que no han realizado visitas y recorridos guiados en fincas agroturísticas	45%
Personas dispuestas a visitar fincas agroturísticas	101,717
Porcentaje de personas encuestadas interesadas en visitar una finca agroturística cercana a la ciudad	85%
Total de visitantes dispuestos a visitar una finca agroturística cercana a la ciudad	86,460
Porcentaje estimado de personas que visiten la finca San Antonio	5%
TOTAL DE LA DEMANDA	4,323

Fuente: Elaboración propia.

Para la segunda etapa se realizó el mismo procedimiento, a diferencia de la primera etapa se multiplicó por el 10% y no por el 5% (porcentaje estipulado). El resultado obtenido fue de 8,646 visitantes por año (Cuadro 10).

Cuadro 10. Determinación de la demanda para la segunda etapa del estudio de prefactibilidad para la diversificación de la finca de café “San Antonio–El Quequeisque”, en finca agroturística, 2007.

San Salvador (área metropolitana)	
Total de visitantes dispuestos a visitar una finca agroturística cercana a la ciudad.	86,460
Porcentaje estimado de personas que visiten la finca San Antonio.	10%
TOTAL DE LA DEMANDA	8,646

Fuente: Elaboración propia.

4.1.5 Estructura de la oferta

En El Salvador, con el apoyo de las instituciones privadas y del gobierno, la oferta de servicios turísticos se ha incrementado sustancialmente; un claro ejemplo es el apoyo del gobierno con su lanzamiento denominado “MI PAIS” (MITUR, 2007), que promueve el turismo presentando y promocionando atractivos turísticos. De acuerdo a CORSATUR (2006) “en el 2006 se registran 16 hoteles más que la oferta del año anterior, es decir 286 hoteles distribuidos en el ámbito nacional, que a su vez ofrecen un total de 6,518 habitaciones, de las cuales 1,379 corresponden a San Salvador entre hoteles de lujo y primera clase. Asimismo, se cuenta con una infraestructura acomodada de hoteles de playa que dentro de una de sus modalidades “todo incluido”, ha favorecido a los excelentes resultados en ventas internacionales. Por otra parte se observa un incremento

en el mercado de transporte aéreo, gracias a la estabilidad económica y a la demanda del medio de transporte.

En El Salvador existen diferentes destinos turísticos, como el caso de El Puerto de la Libertad, El Puerto de Acajutla, la playa El Espino en Usulután, La Barra de Santiago en el occidente, etc. pero la oferta turística del país no se queda ahí, el turista amante de la naturaleza tiene la oportunidad de visitar parques nacionales como el de Montecristo, reconocida legalmente como área natural protegida, centros históricos, visitas a volcanes como el de Santa Ana, volcán de San Salvador, etc.

Un recorrido, ya conocido por una buena parte del turista nacional e internacional, es la Ruta de Las Flores, en donde se ofrece gran variedad de opciones para que el turista disfrute de su visita, así lo confirmó la última embarcación del crucero llegado en el mes de enero de este año. Los visitantes europeos realizaron recorridos en fincas y beneficios de café, en el Cerro Verde, en el centro Histórico de Santa Ana y en otros atractivos

Este crucero con 361 Turistas (Linares, Mejia, 2007), generó grandes expectativas en el sector cafetalero; logrando promocionarse internacionalmente y transferir la cultura de café al exterior, gracias al recorrido que realizaron en las plantaciones de café, el beneficio de café y la degustación de sus productos.

En las visitas realizadas en el mes de enero del 2007 a los principales centros turísticos de café que se encuentran en la Ruta de las Flores como: las instalaciones de La Majada, el museo de café y otros, se observan aspectos que pueden ser tomados en cuenta para mejorar el servicio turístico en un nuevo proyecto. Uno de los aspectos negativos que se observó fue la falta de un ambiente específico para recibir a turistas, un encargado entendido en el tema de turismo (guía turístico), el itinerario de recorrido, los servicios que brinda el centro turístico y los horarios de atención. Estos aspectos son de suma importancia al momento de brindar un servicio turístico; por estas razones el agroturismo en el sector cafetalero no se está aprovechando apropiadamente y son espacios turísticos con gran potencial, en especial, si se tiene un plan de proyecto ya establecido.

4.1.6 Estrategia de comunicación

El principal mercado para la venta de café del Fideicomiso Walter Soundy es el extranjero, para el cual desarrolló una estrategia de publicidad para la comercialización usando videos promocionales, llevando a personas extranjeras a conocer el beneficio de café, la publicidad en su página Web, entre otros.

Para promover la finca agroturística se aprovechará la estrategia de comunicación establecida para la comercialización de café y se utilizarán herramientas de la comunicación como ser: las relaciones públicas y la promoción de los servicios de beneficencia que la fundación provee.

El proyecto de turismo de la “**finca San Antonio-El Quequeisque**”, aparte de los atractivos que posee, tiene un fin social, el cual será aprovechado para dar a conocer los servicios turísticos que se brindarán y de esta manera aumentar la afluencia de visitantes.

Es por eso que la promoción de la finca agroturística tiene que ir de la mano con las actividades que realiza el Fideicomiso Walter A. Soundy, es decir que en las instalaciones de la finca en donde el turista tenga acceso, se deben mostrar las obras de beneficencia que se hace al departamento de La Libertad y al momento de realizar la publicidad externa explicar a donde se van los fondos recaudados, de esta manera el proyecto turístico estará generando ingresos económicos y posibles aportes de otra índole.

Para efectos de comunicación y llegar al mayor grupo de personas es apropiado usar los siguientes medios: televisión, la prensa escrita y en menor grado la revista y folletos. Según los resultados respecto a los medios de información que los visitantes consultan para elegir un destino turístico se encuentran: la televisión como el principal medio, con el 53%, la prensa escrita con el 43%, folletos y revistas con el 38% (Figura 8). Es sumamente importante la satisfacción del cliente en la visita, porque el mayor número de personas (59%), respondió que las visitas lo hacían por recomendación de amigos; que es determinante la calidad y calidez del visitante.

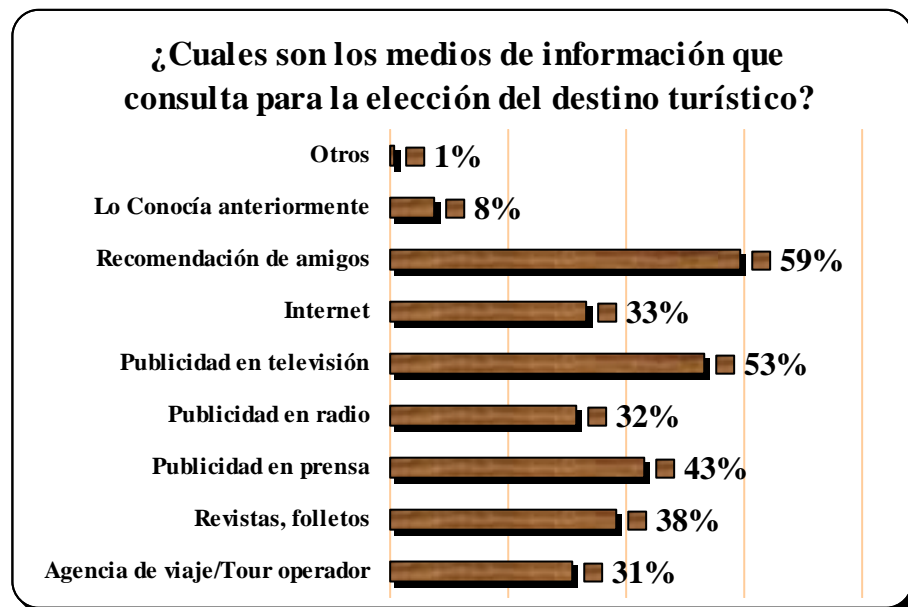


Figura 8. Resultados de las encuestas realizadas en el área metropolitana de San Salvador, sobre los principales medios de información que consulta el encuestado para la elección del destino turístico, 2007.

Fuente: Elaboración propia.

A pesar que el Internet se encuentra en cuarto lugar, es un medio de comunicación importante pero no determinante entre los medios que consultan las personas encuestadas. Aprovechando la página Web con que cuenta el fideicomiso y sin ningún costo adicional para la finca agroturística, se puede realizar publicidad por este medio y complementar la parte administrativa como: registro de reservas, promocionar nuevos eventos, paquetes especiales, precios entre otros.

4.2 ESTUDIO TÉCNICO

Para este apartado se tomó en cuenta: los resultados obtenidos en el estudio de mercado, la infraestructura de la finca, la principal actividad económica de la finca y las recomendaciones que realizaron los miembros de la junta directiva del Fideicomiso Walter A. Soundy.

La implementación del centro turístico en la finca San Antonio-El Quequeisque será ejecutada con dos productos diferenciados: “**Cultura del café**” y “**Contemplación de la naturaleza**”; considerando llevarlas en dos etapas, en las cuales se recomienda realizar modificaciones a las instalaciones, construcciones, adecuada señalización, etc. Todo esto para cumplir con los requisitos que exige el Ministerio de Turismo, los cuales, más adelante serán ampliados específicamente en el estudio administrativo y legal.

4.2.1 Primera etapa “Cultura del café”

La “Cultura de café” es una actividad novedosa en la zona, que para ponerla al servicio de visitantes requiere la adaptación y construcción de algunos ambientes en la finca para lo cual es importante la inversión en la primera etapa. Esta fase es considerada el eje principal para el turismo en la finca San Antonio-El Quequeisque por ser el atractivo central.

El proyecto será realizado con una duración aproximada de cuatro años, incluyendo el monitoreo y evaluación sistemática. En la etapa: “Cultura del café”, la oferta estará orientada al mercado nacional e internacional.

4.2.1.1 Atracciones y actividades turísticas. La “Cultura de café” se dividirá en dos áreas: la producción de café y senderismo, para diversificar la oferta turística de la finca.

Con el propósito de mostrar el proceso que lleva la producción de café, desconocida por muchos de los visitantes; la demostración se hará a través de recorridos, guiados en el beneficiado de café y una parte de la finca.

Durante este mismo período se iniciará la actividad de senderismo, el cual consistirá en recorridos interpretativos por áreas sembradas de café y los bosques de galería.

a) Guión metodológico para el recorrido “producción de café”. Esta es una actividad eminentemente agrícola, que se agrega valor económico al utilizarla como el atractivo central de la visitación, para lo cual se presenta al visitante un recorrido interpretativo que le permite conocer todo lo relacionado al procesamiento de café, es decir desde la siembra de la semilla, la germinación de las plántulas, el cultivo ya establecido, la corta de café, el beneficiado, el tostado, empacado; hasta llegar a la catación de café.

El visitante tendrá la oportunidad de realizar las tareas propias de la producción; especialmente las de rellenado de bolsas con material orgánico, la siembra, el removido del secado de café, con explicaciones precisas y motivadoras por parte del guía especializado.

1. Previo al recorrido es necesario que en la sala para visitantes se brinde las recomendaciones de seguridad, reglamento para el visitante, se facilite el mapa del recorrido y se indique el costo por persona, haciendo énfasis que un porcentaje del ingreso va para los programas de beneficio colectivo que coordina el fideicomiso.
2. Para iniciar el recorrido, en la sala para visitantes un guía especializado deberá presentar un diagrama en donde se explique las características del cultivo de café (Anexo 2).
3. Seguidamente a la explicación gráfica al visitante, el guía se debe dirigir al sector del vivero; en donde se tienen las plántulas de café. El vivero debe ubicarse en un lugar plano, dividido en dos partes, permitiendo un área de circulación de tal manera que el turista pueda ingresar hasta el centro y desde ahí observar a su alrededor las plántulas de café; en este punto el guía debe realizar una explicación sobre las ventajas de tener un vivero, sus funciones, como sembrar la semilla de café, los cuidados de las plántulas y el riego adecuado.
4. Continuando con el recorrido, la siguiente estación es la plantaciones de café adulto o café para corte; que debe estar ubicado en las proximidades del vivero y comunicado por un sendero; cuya dimensión a lo ancho debe ser entre 1.5m a 2.0m, para que el turista pueda transitar con facilidad. En el centro de la plantación es necesario crear un espacio circular o rectangular, para realizar la respectiva explicación del cultivo. Es recomendable que esta plantación cuente con un sistema de riego y siembras escalonadas, que permita tener el cultivo en buenas condiciones y apreciar plantas con granos de esta manera el turista tendrá la oportunidad de ver la forma, el color, el tamaño de los frutos, tener la experiencia de cortar los granos de café y si es posible, eventualmente, el guía podrá realizar una poda demostrativa de uno de los árboles de café.
5. Posterior al cultivo de café, el sendero continuará al beneficio en donde es preciso la explicación del proceso del beneficiado:
 - Pesado del grano de café.
 - Almacenamiento en la pila.
 - Separación del café seco.
 - Despulpe.
 - Limpieza del grano.
 - Granos en la pila de fermentación.
 - limpieza final y secado en los patios.
 - Almacenamiento.
6. Simultáneamente a la explicación del beneficiado, es importante que el guía oriente al visitante sobre la función y las características principales de cada máquina en el proceso del beneficiado.

7. Luego se pasará al sector de tostado, guiando al visitante hasta al paso del embolsado del producto listo para su venta. Por efectos de inocuidad en este sector se aconseja que esta experiencia sea únicamente demostrativa sin la intervención del visitante, evitando de esta manera cambios en la calidad del producto final.
8. Para terminar el recorrido de “Producción de café”, se guiará al visitante a la sección de catación, la cual deberá ser una sala (que puede estar ubicada paralela a la recepción), decorada, con espacio suficiente para el descanso y circulación, mientras se hacen las pruebas de las diferentes concentraciones del café, mostrándole al visitante las características y parámetros principales que se toma en consideración al momento de hacer una catación de café.

b) Guión metodológico para el “sendero de contemplación”. Una de las actividades del turismo alternativo es el senderismo, el cual consiste en realizar caminatas, en bosques lluviosos, bosques húmedos, bosques de galerías, fincas agroturísticas, entre otros, permitiendo al visitante deleitarse con la biodiversidad, disfrutar del aire fresco, apreciar la belleza escénica, en general establecer contacto con la naturaleza.

La práctica de turismo alternativo, bajo la modalidad de turismo de contemplación, es otra opción que brinda la finca San Antonio-El Quequeisque, el cual permite al visitante realizar recorridos por los senderos; apreciar la flora y fauna (Anexo 3), propia del lugar; como árboles de sombra, de hoja ancha, madereros en su estado natural, con relación a la apreciación de la fauna, es fácil de observar aves como: la urraca (*Calocitta formosa*), el zorsal pardo (*Turdus grayi*), el tordo cantor (*Dives dives*); por otra parte los mamíferos más comunes que pueden ser observados son: el tacuazín negro (*Didelphis marsupiales*), conejos (*Sylvilagus floridanus*), con mucha suerte podemos encontrar venados (*Odocoileus virginianus*).

Considerando la demanda, el grado de dificultad del sendero, la jornada ya sea matutina o vespertina; el visitante tendrá la posibilidad de seleccionar entre tres alternativas que ofrecerá la finca, a saber:

Alternativa 1

Sendero “**La quebrada**” (Anexo 4), tiene una extensión aproximada de 3.5Km y un tiempo estimado de recorrido guiado e interpretado de 1 hora con 30 minutos. Este sendero es el más corto, en el cual el visitante disfrutará del cultivo de café en su aspecto natural, para luego encontrarse con una quebrada, apreciando un bosque de galería compuesto por bambúes, nogales, orquídeas, coloridas mariposas pericos, y otras plantas y animales del lugar, especialmente en la época de invierno.

Alternativa 2

“**La periquera**” (Anexo 5), este sendero tiene una extensión aproximada de 5Km con un tiempo estimado de 2 horas. Lleva este nombre por la presencia de pericos, como: el perico verde (*Aratinga strenua*), periquito barbinaranja (*Brotogeris jugularis*); que se pueden escuchar y apreciar fácilmente.

Alternativa 3

“La ceiba” (Anexo 6), este recorrido tiene una extensión aproximada de 8Km. el tiempo estimado para su recorrido es 2 horas con 30 minutos, se denominó de esta manera por la presencia de una Ceiba (*Ceiba petandra*) con más de 200 años de existencia y un diámetro aproximado de 5.70m, este sendero es el más largo que ofrece la finca, por incluir los atractivos de los anteriores senderos.

Para determinar el número de visitantes que pueden transitar durante el día en cada uno de los senderos, se tomó en cuenta la metodología establecida en el Parque Nacional Galápagos, Ecuador; en el cual se establecen los siguientes parámetros: visitantes por área ocupada, la superficie disponible para su uso y el tiempo necesario para ejecutar la visita. A partir de estos se determina la Capacidad de Carga Física (CCF) “que es el límite máximo de visitas que puede hacerse a un sitio específico” (Cifuentes, 1992). El cálculo y los resultados de la CCF de cada uno de los recorridos se presentan en el Cuadro 11.

Cuadro 11. Cálculo de la capacidad de carga física establecida para los recorridos guiados en la finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.

Datos	La quebrada	La periguera	La ceiba	Beneficiado
a Distancia (m)	3,500	5,000	8,000	700
b Amplitud del sendero (m)	1.2	1.2	1.2	1.2
c Tiempo de recorrido (h)	1.5	2	2.5	0.75
d Apertura del sendero (h)	8	8	8	8
f Personas x grupo	10	10	10	10
g Distancia entre grupos	100	100	100	50
h Número de grupos [a/(g*b)]	29	42	67	12
i Requerimiento de sendero (b*f*h)	350	500	800	140
j Numero de visitas x persona (d/c)	5	4	3	11
k Metros x persona	1	1	1	1
CCF visitantes x día (i*j*k)	1,867	2,000	2,560	1,493

Fuente: Elaboración propia.

La CCF para el sendero “La quebrada” es de 1,867 visitantes/día, en el caso de “La periguera”, “La ceiba” y “La producción de café” la capacidad de carga es de 2,000, 2,560 y 1,493 visitantes/día respectivamente. Es importante recalcar que por la extensión y la amplitud de los senderos la capacidad de carga no restringe en gran magnitud el posible número de visitantes que asistan a la finca.

Al igual que en el recorrido de producción de café, a continuación se presenta un guión metodológico:

1. Todos los recorridos iniciarán en la sala para visitantes, donde se deberán brindar las recomendaciones de seguridad, reglamento para el visitante, facilitación del mapa del recorrido así como el costo por persona.
2. Para iniciar el recorrido, en la sala para visitantes un guía especializado deberá presentar un mapa explicando las características de cada sendero.
3. Luego a la explicación grafica, el guía se debe dirigir al sendero elegido. Durante todo el recorrido el encargado explicará e interpretará las cualidades de la biodiversidad que se observan, esto dependerá del interés del visitante y la época del año, porque durante el año algunas flores o animales muestran su esplendor en el periodo húmedo y no así en el seco.
4. Si el sendero elegido es “La quebrada”, el guía especializado dirigirá al visitante por el camino principal de la finca hasta llegar a las plantaciones, para luego introducirse en la quebrada, seguidamente ascenderá nuevamente y se encontrara con uno de los caminos de la finca para luego llegar a la cancha de fútbol y finalizar en a la casona, en donde se encontrará el área de descanso.
5. En el caso del sendero “La periquera”, al igual que en el sendero anterior el guía encargado continuará el recorrido hasta llegar al cultivo de café y para luego descender a la quebrada, a diferencia del primer sendero, este tendrá mayor extensión, dirigirá a los visitantes a la quebrada denominada La periquera; es ahí donde tendrán la oportunidad de ver árboles antiguos, de bastante altura, de un diámetro considerable así como gran cantidad de nidos de pericos, que por las tardes estas aves se concentran para su dormitorio, mostrando la belleza de esta especie. Para continuar el recorrido los visitantes serán dirigidos hasta otra parcela de café donde se explicará como se realiza la cosecha de café, en especial cómo las personas, con gran facilidad, pueden subir con carga estas quebradas. Para terminar se internarán en uno de los caminos de la finca que conducen a la cancha de fútbol, finalizando en la casona, donde existe la facilidad para el descanso.
6. Para el tercer sendero “La ceiba” el guía encargado deberá seguir el mismo procedimiento del sendero “La quebrada” continuando con la caminata hasta llegar al sitio donde se encuentra la Ceiba, continuando hacia la periquera, de esta manera en el tercer recorrido se apreciará los atractivos de los dos senderos anteriores. Durante el trayecto se podrán observar gran variedad de árboles, interpretados por el guía que relatará las principales características de los mismos.

4.2.1.2 Construcciones y adecuaciones en la primera etapa. La finca San Antonio, cuenta con 502 manzanas, la mayor parte de la finca se encuentra sembrada con cultivos de café, siendo su principal fuente de ingresos la exportación de este cultivo. La infraestructura actual de la finca está constituida por un beneficiado de café, maquinaria para su funcionamiento (Anexo 7), patios para el secado, una oficina de gerencia, un área de descanso con mesas y sillas, bodegas, una iglesia, un vivero de café y una cancha de fútbol.

En la etapa inicial del proyecto, la inversión económica para la construcción y remodelación de algunas instalaciones se detallan en el estudio financiero. Se recomienda iniciar el proyecto con lo imprescindible para su funcionamiento:

a) Sala para visitantes. Es de suma importancia en un centro turístico, por tal motivo es necesario que la recepción sea exclusiva para visitantes. El espacio físico de recepción debe ser lo bastante amplio y cumplir con los requerimientos básicos (Anexo 9), espacio de boletería, con estacionamiento de automóviles, servicios sanitarios para hombres y mujeres, por seguridad y tranquilidad del visitante es recomendable una pequeña sala de enfermería provista con un botiquín para depositar el material de primeros auxilios, un área de descanso al aire libre con muebles típicos los que serán utilizados al inicio y al finalizar la gira. Con estas facilidades estaríamos garantizando la calidad y calidez del servicio.

b) Recorrido de “producción de café”. Es aconsejable la instalación de un vivero demostrativo, en donde el visitante pueda realizar tareas propias de esta estación.

c) Diseño y apertura de senderos. Los senderos son el elemento indispensable para la apreciación de la belleza escénica y la interpretación de biodiversidad, por lo cual es necesario la apertura de 16.5km para realizar las caminatas turísticas, estos senderos deben tener un ancho aproximado de 1.5m a 2.0m, de tal manera que las personas puedan circular en parejas. Se recomienda tomar en cuenta los principios básicos para el diseño de senderos; los cuales están orientados a tener senderos circulares, de en forma de ocho o de doble vía.

En los lugares con pendientes pronunciadas se requiere la habilitación de escalones, utilizando materiales nobles como piedras, maderas, troncos u otros materiales propios de la zona acorde con el contexto de la biodiversidad del sitio.

d) Protección en el vivero. Según García (2007), en las orillas del vivero se recomienda tener una barrera viva, (Copalchillo, *Crotón guatemalenses*), que permita detener las corrientes de aire, para evitar molestias al visitante.

e) Área de descanso. En esta misma etapa, es aconsejable la remodelación del área actual utilizada para el reposo. Sustituyendo las columnas y techo de bambú, actualmente, deteriorado. En la sustitución puede ser utilizado el mismo material u otro propio del sitio. Adicionalmente el mobiliario actual deberá ser sustituido.

f) Señalización e identificación. Son herramientas que facilitan la experiencia del recorrido del visitante y el trabajo del guía, es importante que todos los sectores de visitación estén debidamente señalizados e identificados, como: la maquinaria, desvíos de senderos, el beneficiado de café (Anexo 8).

Según Guillermo Barrientos Gerente General del Tour operador “Mayan Escapes” de El Salvador; en una entrevista realizada en las instalaciones del beneficio, recomienda que para el tramo del beneficiado de café, cada sector y maquinaria tenga su respectiva rotulación; con el nombre de la maquinaria, año de procedencia, potencia -en caso de los

motores-, capacidad y los cuidados o medidas de seguridad que deberán tomar tanto el guía como el visitante, es necesario adecuar el sector de la maquinaria pesada o peligrosa con rejas o barandas a su alrededor evitando, cualquier peligro cuando la maquinaria este en funcionamiento. Es indispensable pintar toda la maquinaria con colores variados de tal manera que se pueda diferenciar las partes del equipo.

Otra recomendación mencionada por el señor Barrientos, es mantener las estructuras de madera y cualquier remodelación o cambio en el futuro, se conserven las características rústicas iniciales, en especial la madera.

g) Belleza escénica. Complementando la calidez y belleza de la finca conviene hacer un análisis de la flora que atraiga mamíferos, aves u otros, por ejemplo se puede sembrar plantas ornamentales, árboles endémicos y frutales. Esta siembra se debe realizar en las áreas verdes de la finca que no estén destinadas al cultivo de café como: el sector del parqueo, alrededores de las construcciones, laderas de los caminos principales u otro acceso a un sector importante para el turismo.

h) Seguridad e higiene. Respecto a la higiene, diariamente se debe revisar la limpieza de: los sanitarios, las instalaciones, los muebles, el piso de la sala de visitantes, los senderos y maquinaria, evitando algún malestar a las personas.

En todos los sectores destinados a los visitantes es recomendable la instalación de basureros, los cuales deben ser diferenciados por tipo de basura: orgánicos, botellas plásticas y otros; de esta manera se obtendrá un beneficio económico con los desechos generados, ya sea usándolos como materia orgánica en la elaboración de compost, la venta a empresas como “Eco-Servicios Reciclando Esperanzas”, “Ecoreplastic”, etc. que se dedican al reciclaje de plásticos y que operan en el mercado salvadoreño.

La seguridad del visitante es importante durante la estadía en la finca, al momento de existir una posible fuente de riesgo como: aguas estancadas, derrames de agua, pisos mojados, algún objeto que dificulte la circulación, entre otros; se deberán señalar con rótulos u otro medio de información percatando a las personas del peligro.

4.2.2 Segunda etapa “Contemplación de la naturaleza”

Para ser competitivos y mantenerse actualizado con relación a otros prestadores de servicios similares es necesario la diversificación y actualización de los servicios turísticos de la finca. Donde los cambios y mejoras son una motivación para que el visitante regrese y para atraer a nuevos clientes. Para lograr este objetivo a continuación se presentan algunos aspectos importantes:

4.2.2.1 Atracciones y actividades turísticas. La etapa de “Contemplación de la naturaleza”, consiste en brindarle al turista un momento de relajamiento mientras disfruta de la belleza de los paisajes en la finca; como la vista panorámica de la ciudad de Santa Tecla, la vista de las plantaciones de café en la finca, las quebradas presentes en la finca y un tour hasta las orillas del cráter del volcán de San Salvador.

Para esta etapa es necesaria una gran inversión económica, en especial en la construcción de estructuras que antes no contaba la finca. Continuando con la primera etapa y fortaleciéndola; al finalizar el recorrido de los senderos, donde no se contaba con instalaciones adecuadas, se deben construir nuevas edificaciones para que el turista descansa y como un valor agregado crear un área en donde pueda observar objetos antiguos, artesanías, la venta del café producida en el beneficio y otras actividades; permitiendo que su imaginación se traslade en el tiempo y disfrutar aun más su estadía en la finca.

4.2.2.2 Construcciones y remodelaciones de la segunda etapa. Anteriormente la finca contaba con una casona, la cual se derrumbó a causa de terremotos. Aprovechando esta área, las construcciones de la segunda etapa pueden estar ubicadas en este sector y en otros lugares que lo ameriten. A continuación se mencionan las posibles construcciones:

1. La finca se encuentra ubicada a las orillas del volcán San Salvador; aprovechando las características de la topografía en la parte más elevada de la finca, donde se puede apreciar una mejor vista de la ciudad de Santa Tecla, se recomienda la construcción de una torre mirador en donde el turista pueda tener una mejor visión de sus alrededores.
2. Para el área de descanso es necesario la construcción de instalaciones en donde el turista pueda descansar después de los recorridos, para esto se puede diseñar una especie de sala de descanso de visitantes con los requerimientos básicos (Anexo 10), que le permita al turista estar en un área sombreada con vista panorámica hacia la ciudad (preferiblemente en el sector en donde se encontraba la casona antigua de la finca), accesibilidad a bebidas y algún tipo de alimento.
3. En la sala de descanso se puede establecer un centro histórico en honor a Walter A. Soundy, en el cual se puede mostrar su biografía, sus objetos personales como lápices, documentos escritos por él, cuadros pintados, material de oficina; por otro lado se pueden presentar las actividades que realiza el Fideicomiso y fotografías de visitantes que llegaron a la finca.
4. Diversificar y complementar los servicios turísticos, realizando alianzas con instituciones o comunidades cercanas a la finca; por ejemplo asociarse con un tour operador y autoridades encargadas del volcán San Salvador para realizar un recorrido desde la finca hasta llegar al cráter; realizando la subida en un medio de transporte automovilístico u otro tipo de transporte facilitado por la finca.
5. En este sector se puede incorporar un centro de venta de artesanías basadas en semillas de café, pinturas de cafetales, tazas, sacos pequeños de café, licores de café, aromas de café, todo alrededor de la cultura de café.

4.3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO Y LEGAL

4.3.1 Aspectos administrativos

En lo que se refiere al aspecto administrativo del servicio de turístico, el gerente general del Fideicomiso Soundy, estará a cargo del seguimiento de la parte administrativa del proyecto y el encargado del personal turístico será el gerente de la finca. En el Anexo 11 se presenta el organigrama del proyecto.

En algunos casos para cubrir los puestos de trabajo del proyecto no será necesaria la contratación de nuevo personal; por ejemplo la finca por su actividad principal ya cuenta con personal de: seguridad, limpieza y oficios varios. Por lo cual a continuación se detallan los puestos propuestos, la jerarquía, capital humano y sus funciones en la nueva cartera del fideicomiso:

a) Recepcionistas. Se contratarán a dos personas a tiempo completo, con estudio medio o superior, con manejo del español e inglés, para que sea la encargada de recibir a la gente que llegue, estarán autorizados de recibir los cobros, facturar, ofrecer información sobre las atracciones turísticas de la empresa y cualquier otro servicio adicional que los huéspedes soliciten.

b) Guías turísticos. Estas personas estarán encargadas de llevar y guiar en el recorrido de “producción de café” y los “senderos” a las personas que asistan a la finca. Los guías turísticos deberán tener conocimiento sobre flora y fauna características de la región, todo lo que se refiere a la producción de café y sobre la cultura en general de la zona. Los servicios de esta persona pueden ser de medio tiempo y sujetos a tiempo completo, según temporadas altas de visitas.

c) Jardinero. Es el encargado del mantenimiento de todas las áreas verdes que se encuentran alrededor de los principales servicios turísticos, no es necesario que cuente con un nivel educativo superior, pero si debe tener conocimiento sobre jardinería básica y trabajará a tiempo completo.

d) Mantenimiento de senderos. Para el mantenimiento de senderos se contratarán a personas que tengan conocimientos en campo, los cuales se encargaran de realizar la respectiva limpieza en los senderos, el mantenimiento del mismo y la apertura de nuevos senderos. Estas personas serán contratadas por periodos, dependiendo de las temporadas altas de visita y necesidades de la finca.

e) Mantenimiento del vivero y café adulto. Para el mantenimiento del vivero y café adulto, se debe contratar a una persona, a tiempo completo, que tenga conocimiento del manejo del cultivo de café y las características del mismo; no es necesario que tenga una educación superior.

f) Conductor de vehículo. Es el encargado de la conducción del móvil destinado al recorrido turístico, la persona encargada del vehiculo debe contar con licencia de

conducción y trabajar a tiempo completo. Es recomendable que el conductor tenga conocimientos básicos de mecánica.

4.3.2 Aspectos legales

La ley de turismo de El Salvador (Anexo 12), fue consensuada durante más de un año por los distintos sectores relacionados con turismo en el país. La nueva normativa incluye una serie de cambios en el sector. Los más inmediatos han sido los cobros especiales para la promoción y el fomento del turismo.

La vigencia de la Ley de Turismo (MITUR, 2007), implica nuevas oportunidades para las empresas del ramo, como los incentivos fiscales.

La nueva ley estipula que las inversiones por un monto de capital de al menos US\$50,000 podrán acceder a los siguientes beneficios:

- Exención del pago del impuesto sobre la renta por un período de 10 años, contados a partir del inicio de operaciones.
- Exención de los derechos e impuestos 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.
- Exención del impuesto sobre transferencia de bienes raíces.
- Exención parcial de los impuestos municipales por un período de 5 años, contados a partir del inicio de operaciones, relativas a las actividades turísticas hasta por un 50% de su valor.

La solicitud de los incentivos podrá ser presentada durante los primeros cinco años de vigencia de la norma. Las firmas que gocen de los incentivos, cederán el 5% de las ganancias para alimentar un fondo de promoción turística (MITUR, 2006).

Las empresas que estén interesadas en figurar en el registro deberán seguir un procedimiento y papeleo para inscribirse en el listado que manejará CORSATUR, para lo cual es necesario llenar los formularios de registro (Anexo 13). Luego de la inscripción, el personal de CORSATUR visitará las empresas para verificar que cumplen con los estándares manifestados en la solicitud. Tras el visto bueno del ministerio, la empresa pasará a formar parte del registro.

Por otro lado, según la guía aplicativa, publicada por MITUR y CORSATUR (2006) los principales criterios obligatorios requeridos en el desarrollo de fincas y beneficiados de café como productos y/o servicios turísticos son:

- Servicios básicos turísticos.
- Servicios o productos turísticos temáticos relacionados con el eje central “La Cultura de Café en El Salvador”.
- Señalización turística.
- Medidas de seguridad.

- Planificación y desarrollo turístico.
- Calidad y sostenibilidad.

Aprovechando los incentivos establecidos en la ley de turismo de El Salvador, el proyecto agroturístico de café, al realizar los tramites pertinentes para registrarse como un negocio de servicio turístico, la finca gozaría de estos beneficios, reduciendo los costos en tramites, disminuyendo los impuestos de transacción, facilitando la importación de maquinaria, capacitaciones del personal y participando en futuras promociones que realizará el Ministerio de Turismo.

4.4 ESTUDIO FINANCIERO

4.4.1 Inversión

La inversión se determinó de acuerdo a la demanda potencial identificada en el proceso de investigación a través de las encuestas realizadas, las recomendaciones de la junta directiva del Fideicomiso y servicios que se brindarán en el centro turístico.

Para establecer el área de recepción y el precio, se consultó con el arquitecto Roberto Cristales. En el caso de los otros complementos se consultaron los precios en almacenes como la Curacao y periódicos nacionales. Como el proyecto está dividido en dos etapas, se realizaron tablas para cada etapa. Las principales inversiones en la infraestructura de la primera etapa se reflejan en el Cuadro 12.

Cuadro 12. Inversiones en la infraestructura de la primera etapa; “Cultura del café”.
Finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.

Detalle	Cantidad	c/u	Total US\$
Construcción de recepción (m ²)	200	100.00	20,000.00
Refrigeradora CETRON	1	610.00	610.00
Cafetera (multifunción)	1	175.00	175.00
Computadora Dell E521	1	700.00	700.00
Set de patio (4 sillas, 1 mesa)	5	300.00	1,500.00
Hamacas	4	10.00	40.00
		Sub total	23,025.00

Fuente: Elaboración propia.

El monto de las inversiones y las unidades fueron consultadas al contador del fideicomiso Mario García y al Ing. Javier García -encargado del Beneficio-, los cuales proporcionaron registros sobre la maquinaria y costos aproximados del mantenimiento (pintado) de las maquinas. En el cuadro 13 se presenta un resumen de la inversión.

Cuadro 13. Inversiones en los recorridos turísticos de la primera etapa; “Cultura del café”. Finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.

Detalle	Cantidad	c/u	Total US\$
Pintado de maquinaria	26	15.00	390.00
Rotulación de maquinaria	50	10.00	500.00
Rotulación de senderos	50	10.00	500.00
Construcción del vivero (1/2 Mz)	1	234.00	234.00
Plantación del café adulto (1/2 Mz)	1	234.00	234.00
Remodelación del área de descanso (m ²)	10	7.00	70.00
Sub total			1,928.00

Fuente: Elaboración propia.

En el Cuadro 14 se presentan los costos de la elaboración del proyecto y la apertura de los 16.5Km de sendero en la finca.

Cuadro 14. Inversiones en los servicios profesionales y mano de obra de la primera etapa; “Cultura del café”. Finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.

Detalle	Cantidad	c/u	Total US\$
Elaboración de proyecto	1	3,350.00	3,350.00
Apertura de senderos Km (0.060Km/día)	16,5	47.33	780.95
Sub total			4,130.95

Fuente: Elaboración propia.

La inversión para la primera etapa, consiste en la construcción de la recepción para los visitantes, la remodelación del área de descanso (que consiste en cambiar el techo de bambú, las estructuras de soporte y la mejora de las bancas), arreglo de la maquinaria, rotulación y apertura de senderos. El costo total es de US\$29,083.95.

En la segunda etapa, la inversión estará dirigida a la construcción del área de descanso, plataformas de miradores, vehículo y muebles de oficina. El total de la inversión asciende a US\$71,200.00 y se resumen en el Cuadro 15; esta inversión se hará a medida que el proyecto avance, dependiendo de los resultados del monitoreo paralelo que se realizará en la primera etapa.

Cuadro 15. Inversiones en la segunda etapa; “Contemplación de la naturaleza”. Finca San Antonio-El Quequeisque, 2007

Detalle	Cantidad	c/u	Total US\$
Construcción del área de descanso (m ²)	150	100.00	15,000.00
Mirador	2	2,000.00	4,000.00
Computadora Dell E521	1	700.00	700.00
Set de patio (4 sillas, 1 mesa)	5	300.00	1,500.00
Vehículo (coaster)	1	50,000.00	50,000.00
Sub total			71,200.00

Fuente: Elaboración propia.

4.4.2 Costos

A continuación se presentan los costos de operación del proyecto; costos fijos y variables los cuales se dividieron por etapas. Los salarios están basados en la recomendación de Mario García (contador del Fideicomiso Walter Soundy.) y establecido por la ley de trabajo de El Salvador. En el Cuadro 16 se presentan los costos fijos de la primera etapa, que asciende a US\$10,440.00 anuales, que consiste en el pago de: recepcionista, guía turístico, jardinero entre otros.

Cuadro 16. Costos fijos de la primera etapa; “Cultura del café”. Finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.

Detalle	cantidad	salario mensual	total/año US\$
Recepcionista	1	300.00	3,600.00
Guía turístico	2	300.00	7,200.00
Jardinero	1	90.00	1,080.00
Mantenimiento de senderos	1	90.00	1,080.00
Mantenimiento de vivero y café adulto	1	90.00	1,080.00
Sub total			14,040.00

Fuente: Elaboración propia.

Los costos variables de la primera etapa se presentan en el Cuadro 17, los cuales consisten en materiales de oficina y servicios al cliente.

Cuadro 17. Costos variables de la primera etapa; “Cultura del café”. Finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.

Detalle	Unidad	Costo (mes)	Total/año US\$
Materiales de oficina	12	50.00	600.00
Insumos de cafetería	12	100.00	1,200.00
Energía eléctrica	12	20.00	240.00
Botiquín médico (US\$ 75/u)	2		150.00
Agua Potable	12	50.00	600.00
Sub total			2,790.00

Fuente: Elaboración propia.

Los costos totales en la primera etapa “Cultura de café” ascienden a US\$13,230.00. Para la segunda etapa, los costos fijos presentados en el Cuadro 18, son de US\$5,592.00 anuales, que cubren el salario del segundo recepcionista y el conductor de vehículo.

Cuadro 18. Costos fijos de la segunda etapa; “Contemplación de la naturaleza”. Finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.

Detalle	Cantidad	Salario mensual	Total/año US\$
Recepcionista 2	1	300.00	3,600.00
Operador de vehículo	1	166.00	1,992.00
Sub total			5,592.00

Fuente: Elaboración propia.

Los costos variables se incrementan por el consumo en la sala de descanso, el monto es de US\$4,440.00 anuales. En el cuadro 19 se detallan los gastos.

Cuadro 19. Costos variables de la segunda etapa; “Contemplación de la naturaleza”. Finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.

Detalle	Unidad	Costo (mes)	Total/año US\$
Insumos de cafetería 2	12	100.00	1,200.00
Combustible	12	200.00	2,400.00
Energía eléctrica 2	12	20.00	240.00
Agua potable 2	12	50.00	600.00
Sub total			4,440.00

Fuente: Elaboración propia.

El total de los costos para la segunda etapa es de US\$10,032.00 anuales, que incluyen los costos fijos y variables.

4.4.3 Capital de trabajo

Para el cálculo del capital de trabajo se utilizó el método del déficit acumulado máximo, que se supone calcular los flujos de ingresos y egresos proyectados y determinar el equivalente al déficit acumulado máximo (Sapag & Sapag, 2000).

No se encontró el máximo déficit acumulado. Según los cálculos al restar los ingresos con los egresos ningún resultado fue negativo, por lo tanto el capital de trabajo es cero (Anexo 14).

4.4.4 Amortización

De acuerdo al gerente general del Fideicomiso, se recomendó que para el análisis financiero se tome el total de la inversión como un financiamiento bancario. Para la primera etapa se consideró una deuda de US\$29,083.85, la cual será cancelada en un plazo de 5 años con un interés de 7% (según el contador del Fideicomiso) y una anualidad de US\$7,093.00 (Cuadro 20).

Cuadro 20. Amortización de la inversión (US\$) para la primera etapa; “Cultura del café”. Finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.

Año	Deuda	Cuota	Interes	Pago de deuda	Restante
1	29,083.95	7,093.30	2,035.88	5,057.43	24,026.52
2	24,026.52	7,093.30	1,681.86	5,411.45	18,615.07
3	18,615.07	7,093.30	1,303.05	5,790.25	12,824.82
4	12,824.82	7,093.30	897.74	6,195.57	6,629.26
5	6,629.26	7,093.30	464.05	6,629.26	0.00

Fuente: Elaboración propia.

Al igual que en la primera etapa se tomaron los mismos parámetros; 7% de interés, a 5 años plazo, una inversión de US\$71,200.00. Según los resultados la anualidad es de US\$17,137.00 (Cuadro 21).

Cuadro 21. Amortización de la inversión (US\$) para la segunda etapa; “Contemplación de la naturaleza”. Finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.

Año	Deuda	Cuota	Interes	Pago de deuda	Restante
6	71,200.00	17,365.02	4,984.00	12,381.02	58,818.98
7	58,818.98	17,365.02	4,117.33	13,247.69	45,571.29
8	45,571.29	17,365.02	3,189.99	14,175.03	31,396.27
9	31,396.27	17,365.02	2,197.74	15,167.28	16,228.99
10	16,228.99	17,365.02	1,136.03	16,228.99	0.00

Fuente: Elaboración propia.

4.4.5 Depreciación

La depreciación de los bienes del proyecto es lineal, los resultados se muestra en el Anexo 15.

4.4.6 Ingresos

Los datos utilizados para determinar los ingresos anuales es el resultado de la investigación realizada en el mes de Julio; se estimó entonces la disponibilidad de pago por cada servicio y por otra parte se agregó el número de personas dispuestas a visitar la finca calculada en la demanda anual.

En promedio las personas pagarían US\$1.50 por el ingreso a la finca, US\$6.90 por el recorrido de la “Producción de café” y US\$3.60 por senderismo. La mayor afluencia de visitantes estaría concentrada en los fines de semana. En el Cuadro 22 se muestran los ingresos para la primera etapa el cual asciende a US\$36,702.22 anuales.

Cuadro 22. Ingresos estimados para la primera etapa; “Cultura del café”. Finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.

Número de visitantes/año 4.322,99			
Detalle	Precio/persona	Visitantes	Total US\$
Entrada de turista	1.50	4,322.99	6,484.49
Recorrido "producción de café"	6.90	3,026.10	20,880.06
Senderismo	3.60	2,593.80	9,337.67
TOTAL INGRESOS ANUALES	12.00		36,702.22

Fuente: Elaboración propia.

Los ingresos estimados para la segunda etapa ascienden a US\$99,264.00 anuales, que consiste en el cobro por el ingreso a la finca, el recorrido de producción de café, senderismo, actividades culturales y por observar la naturaleza (Cuadro 23).

Cuadro 23. Ingresos estimados para la segunda etapa; “Contemplación de la naturaleza”. Finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.

Número de visitantes/año 8.645,99			
Detalle	Precio/persona	Visitantes	Total US\$
Entrada de turista	1.50	8,645.99	12,968.98
Recorrido "producción de café"	6.90	6,484.49	44,742.98
Senderismo	3.60	5,187.59	18,675.33
Actividades culturales: danza, teatro, folclore	4.50	3,371.94	15,173.71
Observar la naturaleza / vista panorámica	3.30	2,334.42	7,703.57
TOTAL INGRESOS ANUALES	19.80		99,264.58

Fuente: Elaboración propia.

4.4.7 Flujo de caja

El flujo de caja se realizó por etapas, en la primera etapa (Anexo 16) se tomó los ingresos que generaría la empresa durante los primeros 10 años con el cobro de la entrada a la finca, el costo por el recorrido de “producción de café” y por el senderismo, haciendo un total de US\$36,702.00; los costos generales ascienden a US\$13,230.00. El total del flujo neto de la primera etapa es de US\$23,472.00.

El Flujo de caja para la segunda etapa (Anexo 17), en el caso de los ingresos, se complementaron con los servicios que se brindaría en la segunda etapa; el total de los ingresos anuales de US\$36,702.00 hasta el quinto año y en el sexto año en adelante es de US\$99,264.00 anuales; al igual que los ingresos se procedió de la misma manera para los costos, haciendo un total de US\$13,320.00 en los primeros cinco años y a partir del sexto año es de US\$26,113.00 anuales. El total del flujo neto es de US\$234,385.00.

A pesar que el total de la inversión para la primera y segunda etapa es financiada, los resultados del flujo de caja muestran que los ingresos son satisfactorios puesto que la inversión es recuperada al tercer año en ambas etapas.

4.4.8 Evaluación del proyecto

4.4.8.1 Valor Actual Neto (VAN). La tasa de descuento del banco para el cálculo del VAN en la primera etapa es de 5%, la cual el inversionista considera que podría obtener si invierte el dinero en una actividad bancaria. El VAN a los diez años resulto de US\$ 54,706.00; que representa la cantidad que el inversionista obtendrá después de cubrir todos sus costos operativos incluyendo lo de la depreciación, la inversión, amortización y reemplazo de alguno de sus bienes.

La tasa de descuento para el calculo del VAN para la segunda etapa es de 7%, proyectada a diez años, es de US\$135,867.00, que representa la cantidad el ingreso neto después de cubrir sus costos.

4.4.8.2 Relación Beneficio Costo (RBC). Para determinar la relación beneficio-costos, se calcula por separado los valores actuales totales de ingresos y costos descontados. Luego se divide el valor total de ingreso descontado sobre el valor totales del costo descontado. En este caso la relación beneficio-costos, para la primera etapa es de US\$2.52, lo que quiere decir que por cada dólar invertido en el proyecto agroturístico el Fideicomiso recuperara US\$2.52. Para la segunda etapa la relación del beneficio-costos es de US\$2.79.

4.4.8.3 Tasa Interna de Retorno (TIR). La TIR se compara con la tasa de descuento de la empresa, es lo que el inversionista espera que el proyecto retorne. Si la TIR es igual o mayor a la tasa de descuento, el proyecto debe aceptarse y si es menor debe rechazarse.

Se puede decir que la tasa interna de retorno (TIR), indica el porcentaje anual que se recupera, en la primera etapa la TIR es del 34%, por lo tanto en el tercer año ya se cubrirá la inversión inicial y la TIR para la primera y segunda etapa es de 49%.

Los resultados se resumen en el Cuadro 24.

Cuadro 24. Resumen de resultados de la evaluación financiera para la primera y segunda etapa del proyecto agroturístico en la finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.

	I etapa	I y II etapa
VAN US\$	54,076	135,867
Valor actual de los ingresos totales US\$	403,360	517,999
Valor actual de los costos totales US\$	160,286	185,658
Relación beneficio/costo US\$	2.52	2.79
TIR %	34%	49%

Fuente: Elaboración propia.

4.5 ESTUDIO AMBIENTAL

El impacto ambiental que puede generar el proyecto turístico es mínimo, ya que el proyecto trata de aprovechar los recursos naturales de forma conservadora, es decir que mientras se mantenga la naturaleza, flora y fauna; el beneficio es mayor para el turismo y por ende para los intereses del proyecto. En cuanto a la conservación del ambiente se pueden realizar actividades de reforestación, en los senderos y otras áreas de la finca,

De acuerdo a la clasificación del Ministerio de Medio Ambiente (2007), el proyecto agroturístico se encuentra en la categoría A, en donde las obras o proyectos cuyos impactos ambientales a ser generados por sus actividades económicas al medio receptor (suelo, aire y agua) y a la salud de la población humana, serán bajos y simples, por tanto “No requieren presentar documentación ambiental”.

Esta categorización está basada según los rubros, por otro lado es conveniente revisar las prohibiciones y regulaciones expresas establecidas en la constitución, ley del medio ambiente y sus reglamentos y otras leyes relacionadas para beneficio del proyecto

En el Cuadro 25 se presentan los criterios que categorizar el Grupo A, tomando en cuenta la clase de impacto y su respectiva descripción.

Cuadro 25. Criterios para categorizar el grupo A, respecto al impacto ambiental generado por una actividad económica, establecidos por el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2007.

Criterios para categorizar el Grupo A		
Criterio de categorización	Clase	Descripción
Relación causa-efecto	Primarios	Ocurren al mismo tiempo y en el mismo lugar en que se implementa la acción y suelen ser obvios y cuantificables.
Momento en que se manifiestan	Inmediatos	En el plazo transcurrido entre el inicio de la acción y la manifestación del impacto es prácticamente nulo.
Interrelación de acciones y/o alteraciones	Simples	Se manifiestan sobre un solo componente ambiental y no inducen nuevas alteraciones ni acumulativas ni sinérgicas.
Extensión	Puntuales	Alteraciones muy localizadas.
Persistencia	Temporal determinado	Produce una alteración no permanente en el tiempo y con un plazo de manifestación.
Capacidad de recuperación del ambiente	Reversible a corto plazo	Permite una recuperación inmediata tras el cese de la actividad o pueden ser asimilados por el medio a corto plazo.

Fuente: Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, 2007.

Por otro lado es conveniente revisar las prohibiciones y regulaciones expresas establecidas en la constitución, ley del medio ambiente y sus reglamentos y otras leyes relacionadas para beneficio del proyecto.

5 CONCLUSIONES

1. Según los análisis de: flujo de caja, el valor actual neto, tasa de interna de retorno y la relación beneficio costo; el estudio realizado para diversificar la principal actividad económica de producción y comercialización de café con un servicio agroturístico en la finca San Antonio-El Quequeisque, es rentable y representa una alternativa de crecimiento monetario para el Fideicomiso Walter A. Soundy.
2. Si a este atractivo se agregan los servicios turísticos sugeridos para la segunda etapa como: apreciación de la naturaleza, un centro de descanso con venta de artesanías características del lugar y otros servicios, se ampliará la estadía y el gasto turístico generando un aumento aproximado de 200%; por tal motivo la continúa actualización, complementación y formación de paquetes turísticos tienen un impacto positivo para el proyecto agroturístico.
3. Según el estudio realizado, existe una demanda, muy bien identificada, por el servicio turístico que se desea establecer; el perfil del visitante está dirigido a realizar visitas grupales distribuidas durante todo el año, prefiriendo realizar recorridos guiados, con servicios de cafetería, cuyo gasto promedio según los resultados de la investigación es de US\$12.00 por visitante.
4. La diversificación de servicios turísticos y alianza con instituciones que brindan servicio en el mismo rubro, son una fuente de apalancamiento para ampliar la oferta y demanda turística de la finca San Antonio-El Quequeisque, generando un beneficio de doble vía.
5. El marco legal establecido por el Gobierno de El Salvador es favorable para los intereses del proyecto. La marca “Mi País” estimula y aporta significativamente a la generación de visitantes a El Salvador; en consecuencia se espera que haya una demanda de visitantes a la finca.
6. De acuerdo con el análisis del entorno a nivel local e internacional, según la OMT la tendencia del hombre es buscar un contacto con la naturaleza, y las políticas gubernamentales de apoyo a la inversión en el sector turístico. Se espera que este sector tenga un crecimiento continuo como ha ocurrido en los últimos 10 años; favoreciendo de esta manera a los intereses económico del proyecto agroturístico en la finca San Antonio-El Quequeisque.

6 RECOMENDACIONES

1. Según los resultados de la investigación, es necesaria la construcción de centros de recreación y dormitorio con características rurales, preferiblemente en el área donde se encuentran las instalaciones donde funcionó la escuela de la finca, aprovechando la infraestructura y el ambiente óptimo para disfrutar de la naturaleza: de esta manera se incrementará la satisfacción del visitante y se extenderá la publicidad informal, puesto que la mayor parte de las personas encuestadas eligen un destino turístico basado en recomendaciones de amigos.
2. Para aprovechar la topografía de la finca se recomienda la construcción de puentes colgantes, canopy, áreas deportivas y una piscina, para complementar la oferta turística existente.
3. La capacitación periódica del personal en cada una de sus áreas y especialmente en la atención al cliente es de suma importancia para ofrecer un servicio turístico con calidad y calidez e incentivar al cliente repetitivo.
4. Respecto al mercadeo, se debe realizar la publicidad a través de medios de comunicación tradicionales; aprovechando la disponibilidad y acceso a la página Web del Fideicomiso es recomendable la apertura de una sección para un banco de datos de clientes, promocionar los servicios agroturísticos a nivel nacional e internacional.
5. Para disminuir la sensibilidad a cambios en el ingreso por motivos externos se recomienda realizar alianzas estratégicas con tour operadores dedicados al turismo receptivo y promocionar ofertas especiales a través de estos.
6. Es importante registrarse en el Ministerio de Turismo antes de iniciar las actividades turísticas, de esta manera se tendrá acceso a la ley de incentivos gubernamentales para el establecimiento del proyecto agroturístico en la finca.
7. Es importante establecer un programa de manejo ambiental, para el tratamiento de los desechos sólidos y líquidos generados durante la producción de café.
8. Complementar el estudio de capacidad de carga física, mediante la realización de un análisis sobre la capacidad de carga efectiva de los senderos ecoturísticos de la finca, con el fin de establecer el número máximo de personas circulando en el sendero al mismo tiempo y establecer los grupos para el recorrido.

7 BIBLIOGRAFIA

- Acerenza M. 1995. Planificación estratégica del turismo. 6. ed. Madrid, ES. 85 p.
- Barrientos G. 2007. Recomendaciones generales para iniciar un proyecto turístico (Entrevista). finca San Antonio-El Quequeisque. SV.
- Burkart A., Medlik, S. 1981. Tourism: Past, present and future. Heinemann. London. GB.
- Cafés de México 2006. "Historia del café". Revista técnica mensual del sector cafetalero de México. Consultado 1 abr 2007. Disponible en: <http://www.cafesdemexico.com>
- Cifuentes M. 1992. Determinación de capacidad de carga turística en áreas protegidas. Fondo Mundial para la Naturaleza-WWF. Turssialba CR. 26p.
- CORSATUR (Corporación Salvadoreña de Turismo). 2002. Boletín Estadístico de Turismo. San Salvador, El Salvador.40p.
- CORSATUR (Corporación Salvadoreña de Turismo). 2005. Boletín Estadístico de Turismo. Boletín informativo. 44p.
- CORSATUR (Corporación Salvadoreña de Turismo). 2006. Perfil del visitante internacional para el BCR y CORSATUR, año 2006, etapa II. Resumen ejecutivo. 26p.
- Dirección General de Estadística y Censo. 2007. Estadísticas Demográficas. Consultado 5 mar 2007. Disponible en: <http://www.digestyc.gob.sv>
- Fideicomiso Walter A. Soundy (2007). Localizacion del departamento de la Libertad, El Salvador. Consultado 15 abr 2007. Disponible en: <http://www.soundytrust.org/>
- Fraguell R. 2002. Turismo de Masas: ¿En Crisis? (en línea). Consultado 25 jul 2007, en www.archimadrid.es
- García B. 2003. Marketing del turismo rural. Madrid, ES. ESIC. 308p.
- García J. 2007. Recomendaciones generales sobre protección de viveros (Entrevista). finca San Antonio-El Quequeisque. SV.

GTZ (Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit). 2006. El agroturismo y la variedad agropecuaria (en línea). Consultado 14 ago 2007. Disponible en: <http://www2.gtz.de>

Hernández E. 1983. Proyectos Turísticos. D.F. MX. Trillas. 211p.

Herrera A.; Castillo, EM. 2006. Turismo rural con la participación comunitaria, Estelí, NI. 236p.

La Curacao. 2007. Catálogo de Productos. Consultado el 27 mar 2007. Disponible en: <http://www.lacuracaonet.com>

Linares M. 2006. Pequeños impulsan turismo en el país. La Prensa Grafica (en línea). Consultado 1 sep 2007. Disponible en: <http://www.laprensagrafica.com>

Linares M., Mejia H. 2007. Primer crucero de 2007 llego con 361 turistas. La Prensa Grafica. 44p.

Michael E. 2006. Perfil del visitante internacional para el BCR y CORSATUR, año 2006, etapa i. Resumen ejecutivo. 22p.

MARN (Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales), 2007. Categorización de Actividades, Obras o Proyectos conforme a la Ley del Medio Ambiente (en línea). Consultado 30 sep Disponible en: <http://www.marn.gob.sv>

MINEC (Ministerio de Economía de El Salvador), 2007. 5.7 millones de habitantes revela conteo preliminar de VI Censo de Población y V de Vivienda 2007 (en línea). Consultado 21 sep 2007. Disponible en: <http://www.minec.gob.sv>

MITUR (Ministerio de Turismo de El Salvador), 2006, Noticias de Turismo “El Salvador”, Primer trimestre 2006 (en línea). Consultado 4 ago 2007. Disponible en: <http://www.corsatur.gob.sv>

MITUR (Ministerio de Turismo de El Salvador), 2007. Ley de turismo de El Salvador. Consultado 4 sep 2007. Disponible en: <http://www.elsalvadorturismo.gob.sv>

MITUR (Ministerio de Turismo), CORSATUR (Corporación Salvadoreña de Turismo). 2006. Guía aplicativa para desarrollar atractivos y / o productos turísticos en fincas y beneficios de café en El Salvador. Folleto. 43p.

ODM (Objetivos de Desarrollo del Milenio). 2004. Informe 262 - Indicadores Municipales sobre desarrollo humano y Objetivos de Desarrollo del Milenio (en línea). Consultado 1 sep 2007. Disponible en: <http://www.odm.org.sv>

OEA (Organización de los Estados Americanos). 1994. Metodología de Inventario Turístico. Washington, DC.

OMT (Organización Mundial del Turismo) .1995. Conceptos, Definiciones y Clasificaciones de las Estadísticas de Turismo. Madrid, ES. 126p.

OMT (Organización Mundial del Turismo) .1998. Introducción al Turismo. Madrid, España. 126p.

PNUD (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo). 2005. Indicadores para el Desarrollo Humano (en línea). Consultado 28 ago 2007. Disponible en: <http://www.desarrollohumano.org.sv>

PROCAFE (Fundación Salvadoreña para la Investigación del Café). 1997. “Manual del Caficultor Salvadoreño”. San Salvador. SV. 169p.

PROCAFE (Fundación Salvadoreña para la Investigación del Café). 2004-2006. Generalidades del cultivo de café. Origen del cafeto. Consultado 28 mar 2007. Disponible en <http://www.procafe.com.sv>

Real Academia de la Lengua Española. 2001. Diccionario de la lengua española (en línea). ES. Consultado 14 ago 2007. Disponible en: <http://buscon.rae.es>

Ritchey F. 2006. Estadística para las ciencias sociales. Elección del tamaño de la muestra para encuestas, sondeos y estudios de investigación. D.F. MX. ER Cosío. McGRAW-HILL. 609p.

Sapag N., Sapag R. 2000. Preparación y evaluación de proyectos. 4. ed. CL. McGRAW-HILL. 439p.

SECTUR (Secretaría de Turismo de México), 2004. Turismo alternativo una nueva forma de hacer turismo (en línea). Consultado 20 ago 2007. Disponible en: <http://codeturnl.ensi.com.mx>

Sung H; Alastair M., Morrison & Joseph T. O'Leary; 1997. Definición de Turismo de Aventura (en línea), Consultado 1 ago 2007. Disponible en: <http://www.turismoaventura.com>

8 ANEXOS

Anexo 1. Formato de encuesta estructurada para el levantamiento de información sobre la demanda turística en el área metropolitana de San Salvador.

Fideicomiso Walter A. Soundy. Finca San Antonio El Quequeisque

El Fideicomiso Walter A. Soundy, desea implementar un proyecto de Turismo en la finca San Antonio-El Quequeisque, para contribuir y aliviar las necesidades de los habitantes más indigentes del departamento de La Libertad; por lo cual solicitamos su colaboración para la realización de la siguiente encuesta.

* **FINCA; Área determinada para el establecimiento del cultivo de café.**

****Marque el recuadro.**

1. Edad:		2. Género:
Entre 20 a 30		a) F
Entre 31a 40		
Entre 41 a 50		b) M ___
Mayor de 51		

3. Nivel de educación	
Primaria	
Secundaria	
Universitaria	
Post grado	
Doctorado	

4. ¿Por motivos turísticos a realizado visitas y recorridos guiados por fincas agro turísticas?	SI ___	NO ___
--	------------------	------------------

5. ¿Le gustaría visitar una finca agro turística de café, cercana a la ciudad?	SI ___	NO ___
---	------------------	------------------

** Si la respuesta es NO fin de la encuesta.

6. ¿Cuáles son los medios de información que consulta para la elección del destino turístico?	
Agencia de viaje /Tour Operador	
Revistas, folletos	
Publicidad en prensa	
Publicidad en radio	
Publicidad en televisión	
Internet	
Recomendación de amigos	
Lo conocía anteriormente por experiencia previas	
Otros _____	

7. ¿Cómo prefiere viajar?	
En forma individual	
Familia	
Grupo de amigos	
Grupo organizado (a través de un operador,)	
Compañeros de trabajo o estudio	
Otro (especifique)_____	

8. En el orden de prioridad ¿Cuáles son sus principales motivaciones para escoger un destino turístico?			
Playa, sol y arena		Visitas a familiares o / y amigos	
Contacto con la naturaleza		Estancias en habitaciones rurales	
Centros históricos		Aventura	
Negocios / profesión		Seguridad	
Deportes		Precio	

9. ¿Qué actividades le gustaría practicar en la finca agro turística de café y cuanto estaría dispuesto a pagar?		US\$
Conocer el proceso que lleva la producción de café.		
Senderismo (caminata)		
Pasar la noche en dormitorios con características rurales, dentro de la finca		
Acampar al aire libre		
Participar de las actividades de cosecha, siembra, poda y otras		
Actividades culturales: danza, teatro, folclore		
Observar la naturaleza / vista panorámica		
Otro (especifique)_____		
10. ¿Qué servicios le gustaría tener en la finca agroturística de café?		
Recorridos guiados		
Recorridos autoguiados		
Degustación de café y sus derivados (postres, licor, helado o dulces)		
Servicio de cafetería		
Servicio de transporte especializado para traslados a la finca		
Venta de artesanías		
Otros (especifique)_____		

11. ¿En qué época del año prefiere viajar?	
Vacaciones anuales	
Fines de semana	
Feriatos y puentes	
Feriado Agostino	
Navidad y / o año nuevo	
Otro (especifique)	

12. ¿Con qué frecuencia visitaría la finca?			
1 vez al mes		1 vez al año	
2 veces al mes		2 veces al año	
Otro (especifique)			

13. ¿Cuánto tiempo se quedaría en la finca agroturística?	
2 - 3 horas	
Toda la mañana	
Toda la tarde	
Una noche	
2 noches	
Más de dos noches	

14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por entrar a la finca turística?	
1.5 – 2.5 dólares	
2.6 – 5.0 dólares	
5.1 – 7.5 dólares	
Mayor a 7.5 dólares	

15. Ingresos económicos (US\$)	
Menor 200	
Entre 201 – 500	
Entre 501- 800	
Entre 801 – 1200	
Mayor a 1200	

Gracias por su colaboración

Anexo 2. Información sobre algunas características del cultivo de café para la presentación a los visitantes en la sala de espera de la finca San Antonio-El Quequeisque.

En un centro turístico es importante una explicación previa sobre las actividades que realizarán los visitantes durante su visita. Por lo que se debe brindar información, en este caso, referente a la producción de café, desde el semillero hasta su venta.

En el caso de los senderos, la explicación dependerá de la época, de la creatividad del guía turístico y los acontecimientos durante el recorrido (como la presencia de un animal, la presencia de árboles, etc.)

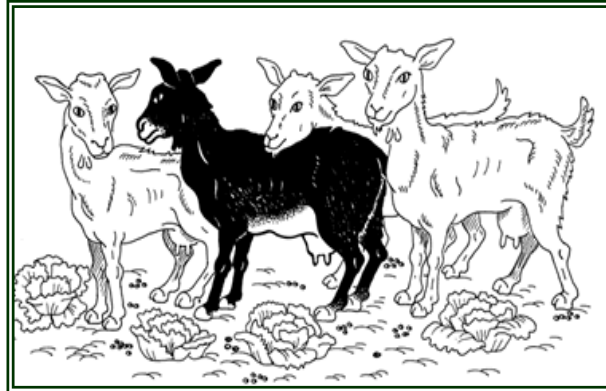
A continuación se presentaran algunas sugerencias.

Para realizar una introducción sobre el tema del café; se puede iniciar con una reseña histórica, del origen del café e introducción del café al país. Se pueden realizar boletines informativos, los cuales se pueden presentar en cuadros, con fotos o maquetas a escala, que sean visibles para los visitantes. Por ejemplo:

HISTORIA DEL CAFÉ

ORIGEN DEL CAFÉ.

Existen muchas historias referente al origen del café, de acuerdo a la revista "Cafés de México" por el año de, 1140 en Absinia, unos pastores se dieron cuenta que sus cabras se ponían muy inquietas y se dieron a la tarea de investigar el por qué, y descubrieron que comían unos frutos rojos que se daban en unas matas. Los pastores tomaron los frutos y prepararon una bebida caliente para protegerse del frío nocturno del desierto.

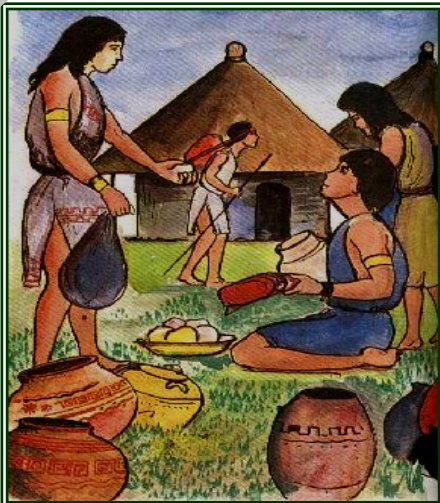


Fuente: MITUR, 2006. Adaptado por el autor



Otra leyenda cuenta que un monje cortó los frutos y las hojas de un cafeto y las llevó a la cocina para cocerlos; una vez cocinado, el monje probó la bebida y la encontró de un terrible sabor, por lo que arrojó a las llamas los granos quedaron sin cocer. Los granos conforme se quemaban despedían un olor agradable, por lo que el monje tuvo la idea de preparar la bebida con estos granos y el brebaje, aunque amargo, tenía un aroma y un sabor agradable y producía, después de beberlo, un efecto tonificante, por lo que los monjes decidieron adoptarlo para mantenerse despiertos durante sus oraciones

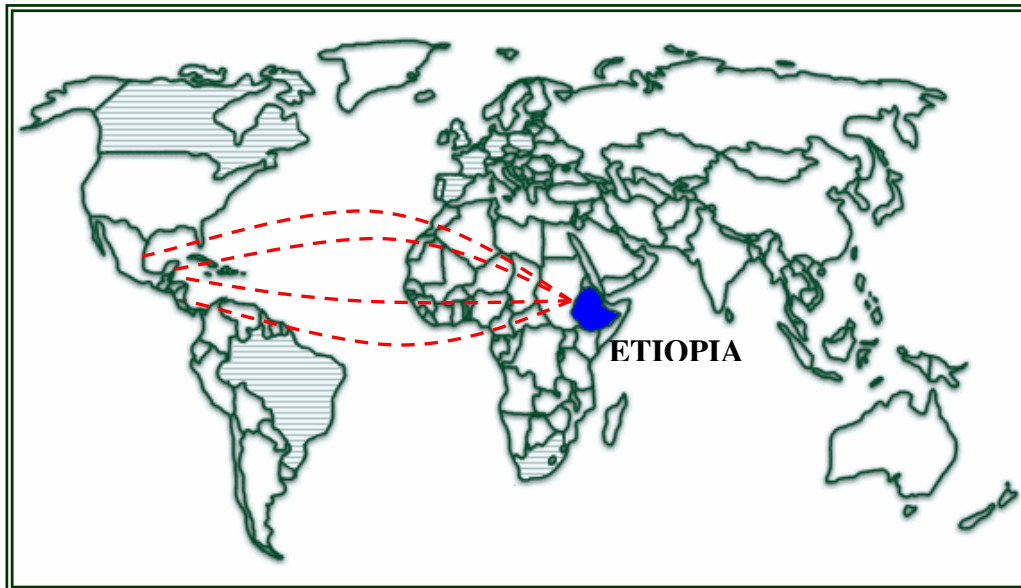
Según PROCAFE, la historia del café se remonta al año 1566, que Charles L'Éccluse recibió de Onorio Belli, semillas de un arbusto utilizado por los egipcios para hacer un brebaje llamado café y fue que se preparó la primera taza de café en Europa.



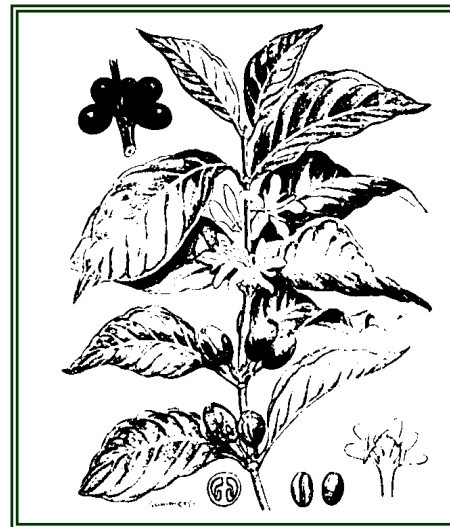
Otras versiones señalan que fue introducido por el comercio que tenía Europa con los países del Oriente. Otros historiadores opinan que el cafeto pasó primero del continente africano al asiático, por Arabia, luego fue introducido a la India, Ceilán y Java, de donde fue llevado a Europa, donde se realizaron las investigaciones científicas, reproducción y distribución al continente americano

EL CAFÉ EN EL SALVADOR

El cafeto (*Coffea arabica*) que se cultiva en América es originario de (*Abissinia*) y Sudán, cerca del Lago Tana, en altitudes mayores a los mil metros sobre el nivel del mar. Se estima que el período de introducción del cafeto a Centro América fue entre los años 1779 y 1796.

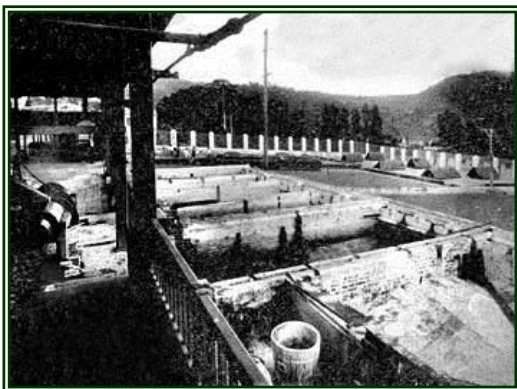


Unas fuentes sostienen que el posible período de introducción a El Salvador fue entre los años 1800 y 1815, proveniente de la Hacienda del Soyote, propiedad de los señores Álvarez de Asturia, ubicada en el departamento de Jutiapa, Guatemala, de donde se introdujo en Ahuachapán, cultivándose en huertos. De aquí se extendió al resto de la república.



La historia de El Salvador ha estado profundamente ligada al café, no es posible hablar de la cultura de El Salvador, sin hablar de café

En el año de 1857, se podía apreciar el desarrollo de las plantaciones de cafeto en los alrededores de Santa Ana, Ahuachapán y Sonsonate.



Las primeras estadísticas de la caficultura fueron dadas por Gobernador santaneco en 1861, indicando que existía 1.6 millones de cafetos en viveros, 690 mil plantas recién sembradas en el campo y 600 mil cafetos en producción. Posteriormente, se estableció el cultivo en el oeste de San Vicente, en la Cordillera de Berlín (Usulután) y en el volcán Chaparrastique (San Miguel).

Al final del período de 1860 a 1880, en el departamento de La Libertad se contaba con más de 4 millones de cafetos plantados. A partir de 1870 con el propósito de incentivar el cultivo, el Estado promovió e impulsó las siguientes políticas:

- **Reducción de los impuestos de exportación y cobro de impuestos a las importaciones.**
- **Repartió miles de cafetos a las personas interesadas en su cultivo.**

Gracias a las políticas adoptadas por el país se desarrolló la caficultura salvadoreña, constituyéndose en un pilar fundamental para la economía y generador de beneficios sociales y medioambientales. PROCAFE, 2004-2006

Fuente: MITUR, 2006. Adaptado por el autor

Anexo 3. Inventario realizado por SALVANATURA sobre la flora y fauna presentes en la finca San Antonio – El Quequeisque.

Árboles de la finca San Antonio - El Quequeisque.

FAMILIA	NOMBRE CIENTIFICO	NOMBRE COMÚN
Anacardiaceae	<i>Mangifera indica</i>	Mango
Bignoniaceae	<i>Tabebuia rosea</i> <i>Tecoma Stands</i> <i>Spathodea campanulata</i>	Maquilishuat San Andres Llama del bosque
Bombacaceae	<i>Ceiba petandra</i>	Ceiba
Boraginaceae	<i>Cordia alliodora</i>	Laurel
Burseraceae	<i>Bursera simaruba</i>	Jiote
Combretaceae	<i>Terminalia oblonga</i> <i>Terminalia Cattappa</i>	Volador Almendra de playa
Compositaceae	<i>Perymenium grande</i>	Tatascamite
Cupressaceae	<i>Cupressus lusitanica</i>	Cipres
Euphorbiaceae	<i>Alchornea latifolia</i> <i>Sapium oligenereum</i> <i>Ricinus communis</i>	Tambor Chilamate Higuerillo
Jungladaceae	<i>Junglas sp</i>	Nogal
Lauraceae	<i>Presea americana</i>	Aguacate
Mimosaceae	<i>Inga fagifolia</i> <i>Inga vera var. Spuria</i> <i>Albizia caribea</i>	Pepeto negro Pepeto de rio Guanacaste blanco
Lythraceae	<i>Lafoensia puniceifolia</i>	Granadillo
Meliaceae	<i>Cederla odorata</i> <i>Brosimun alicastrum</i>	Cedro Ojushte
Moraceae	<i>Cecropia peltata</i> <i>Cecropia obtusifolia</i> <i>Ficus goldmani</i>	Guarumo Guarumo Amate negro

Árboles de la finca San Antonio-El Quequeisque (Cont.)¹

FAMILIA	NOMBRE CIENTIFICO	NOMBRE COMÚN
Myrtaceae	<i>Eugenia malaccensis</i>	Marañón japones
	<i>Psidium guajava</i>	Guayabo
	<i>Callistemon lanceolatus</i>	Calistemo
	<i>Eucalyptus sp</i>	Eucalipto
Palmaceae	<i>Acrocomia vinifera</i>	Palma real
	<i>Sabal mexicana</i>	Palma de sombrero
Papilionoidae	<i>Diphysa robinoides</i>	Guachipilin
	<i>Eriolina poeppigiana</i>	Pito
	<i>Myroxylon balsamun</i>	Balsamo
	<i>Pterocarpus rohrii</i>	Palo de zope
Papveraceae	<i>Bocconia arborea</i>	Sangre de toro
Pinaceae	<i>Pinus oocarpa</i>	Pino
Proteaceae	<i>Gravillea robusta</i>	Gravileo
Rutaceae	<i>Casimiroa edulis</i>	Matasano
Solanaceae	<i>Solanum macracanthum</i>	Cuernavaca
	<i>Datura arborea</i>	Florifundia
Ulmaceae	<i>Muntingia calabura</i>	Capulin
	<i>Ulmus mexicana</i>	Mezcal
Verbenaceae	<i>Citharexylum donnel-smithii</i>	Chorrito
	<i>Tectona grandis</i>	Teca

¹ Fuente: Estudio realizada por SALVANATURA, 2001

Aves de la finca San Antonio-El Quequeisque

FAMILIA	NOMBRE CIENTIFICO	NOMBRE COMÚN
Tinamidae	<i>Crypturellus Cinnamomeus</i>	Tinamú, gallina mona
Ardeidae	<i>Bubulcus ibis</i>	Garza ganadera
Cathartidae	<i>Coragyps atratia</i> <i>Cathartes aura</i>	Zope común Sunchiche
Accipitridae	<i>Elanus caeruleus</i> <i>Asturina nítida</i>	Milano coliblanco Aguililla gris
Cracidae	<i>Ortalis leucogastra</i>	Chachalaca vientre blanco
Odontophoridae	<i>Dendrortys leucophrys</i> <i>Colinus leucopogon</i>	Gallina de monte, guachoca Codorniz cotui
Columbidae	<i>Columba flavirostris</i> <i>Zenaida asiática</i> <i>Columbina talpacoti</i> <i>Leptotila verreauxi</i>	Paloma morada Paloma aliblanca Tortola rojiza Paloma suelera
Psittacidae	<i>Aratinga strenua</i> <i>Brotogeris jugularis</i>	Perico verde Periquito barbinaranja
Tytonidae	<i>Tyto alba</i>	Lechuza de campanario
Strigidae	<i>Glaucidium brasilianum</i>	Tecolito común
Caprimulgidae	<i>Nyctidromus albicollis</i>	Caballero
Trochilidae	<i>Campylopterus hemileucurus</i> <i>Anthracothorax prevostii</i> <i>Amazilia rutila</i>	Fandango morado Mango pechiverde Colibrí canelo
Trogonidae	<i>Trogon violaceus</i> <i>Trogon elegans</i>	Trogón violáceo Trogon elegante
Momotidae	<i>Momotus momota</i> <i>Eumomota superciliosa</i>	Momoto coronizul, talapo Torogoz
Ramphastidae	<i>Aulacorhynchus prasinus</i> <i>Pteroglossus torquatus</i>	Tucaneta verde Tucancillo collarejo

Aves de la finca San Antonio-El Quequeisque (Cont.)

FAMILIA	NOMBRE CIENTIFICO	NOMBRE COMÚN
Picidae	<i>Melanerpes aurifrons</i>	Carpintero frentidorado
	<i>Piculus rubiginosus</i>	Carpintero oliváceo
Tyrannidae	<i>Tolmomyias sulphurescens</i>	Picoplano ijiblanco
	<i>Empidonas sp.</i>	Copetón
	<i>Myiarchus tuberculifer</i>	Copetón triste
Tyrannidae	<i>Pitangus sulphuratus</i>	Luis grande
	<i>Megarhynchus pitangua</i>	Luis piquigruoso
	<i>Miozotetes similes</i>	Luis gragario, chio
Incertae sedis	<i>Tityra semifasciata</i>	Titira enmascarada
Vireonidae	<i>Hylophilus decurtatus</i>	Verdillo menor
	<i>Cyclarhis gujanensis</i>	Vireón cejirrufo
Corvidae	<i>Calocitta formosa</i>	Urraca hermosa
	<i>Cyanocorax melanocyaneus</i>	Chara
Hirundinidae	<i>Progne chalybea</i>	Martín pechigris
Troglodytidae	<i>Campylorhynchus rufimicha</i>	Matraca nuquirrufa
	<i>Thryothorus maculipectus</i>	Saltapared pechimanchado
	<i>Thryothorus rufalbus</i>	s. rufiblanco
	<i>Thryothorus modestus</i>	s. sencillo
	<i>Troglodytes aedon</i>	s. continental norteño
Turdidae	<i>Myadestes occidentalis</i>	Guardabarrando
	<i>Turdus grayi</i>	Zorzal pardo, chonte
Parulidae	<i>Vermivora peregrina</i>	Chipe peregrino
	<i>Dendroica petechia</i>	Chipe amarillo
	<i>Dendroica magnolia</i>	Chipe de Magnolia
	<i>Dendroica virens</i>	Chipe dorsiverde
	<i>Seiurus aurocapillus</i>	Chipe suelero coronado
	<i>Oporornis tolmiei</i>	Chipe de Tolmiei
	<i>Wilsonia citrina</i>	Chipe carinegro
	<i>Wilsonia pusilla</i>	Chipe de Wilson
<i>Basileuterus rufifrons</i>	Chipe gorjirrufo	

Aves de la finca San Antonio-El Quequeisque (Cont.)²

FAMILIA	NOMBRE CIENTIFICO	NOMBRE COMÚN
Thraupidae	<i>Piranga ludoviciana</i>	Tángara occidental
	<i>Piranga sp.</i>	Tángará
	<i>Thraupis abbas</i>	Tángará aliamarilla
	<i>Euphonia affinis</i>	Tángará gorjinegro
	<i>Euphonia hirundinacea</i>	Tangará gojiamarillo
Cardinalidae	<i>Saltator coerulescens</i>	Saltador grisáceo
	<i>Saltator atriceps</i>	Saltador cabecinegro
	<i>Pheuticus ludovicianus</i>	Picogruoso pechirrosado
Icteridae	<i>Dives dives</i>	Tordo cantor
	<i>Quiscalus mexicanus</i>	Zanate mayor, clarinero
	<i>Icterus pustulatus</i>	Bolsero dorsirrayado
	<i>Icterus gularis</i>	Bolsero de altamira

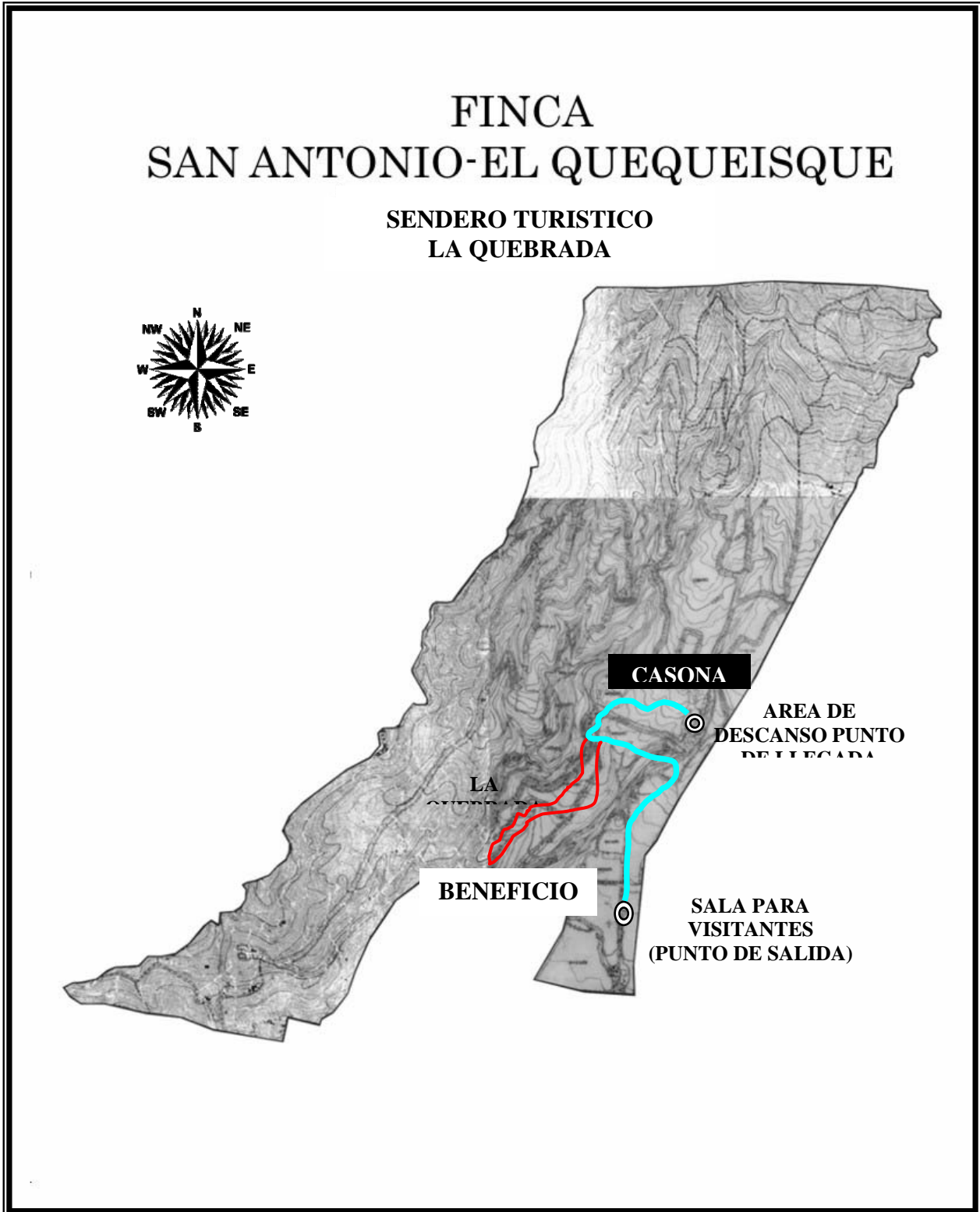
²Fuente: Estudio realizada por SALVANATURA, 2001

Mamíferos de la finca San Antonio-El Quequeisque³

FAMILIA	NOMBRE CIENTÍFICO	NOMBRE COMUN
Didelphidae	<i>Didelphis marsupialis</i>	Tacuazín negro
	<i>Didelphis virginiana</i>	Tacuazín blanco
Leporidae	<i>Sylvilagus floridanus</i>	Conejo
Sciuridae	<i>Sciurus variegatoides</i>	Ardilla gris
Geomyidae	<i>Orthogeomys grandis</i>	Taltuza
Dasyproctidae	<i>Agouti paca</i>	Tepezcuintle
	<i>Dasyprocta punctata</i>	Cotuza
Canidae	<i>Urocyon cinereoargenteus</i>	Gato de monte
Procyonidae	<i>Procyon lotor</i>	Mapache
	<i>Nasua narica</i>	Pezote
Mustelidae	<i>Mustela frenata</i>	Comadreja
	<i>Mustelidae sp.</i>	Zorrillo
Felidae	<i>Leopardus weidii</i>	Tigrillo, margay
Cervidae	<i>Odocoileus virginianus</i>	Venado

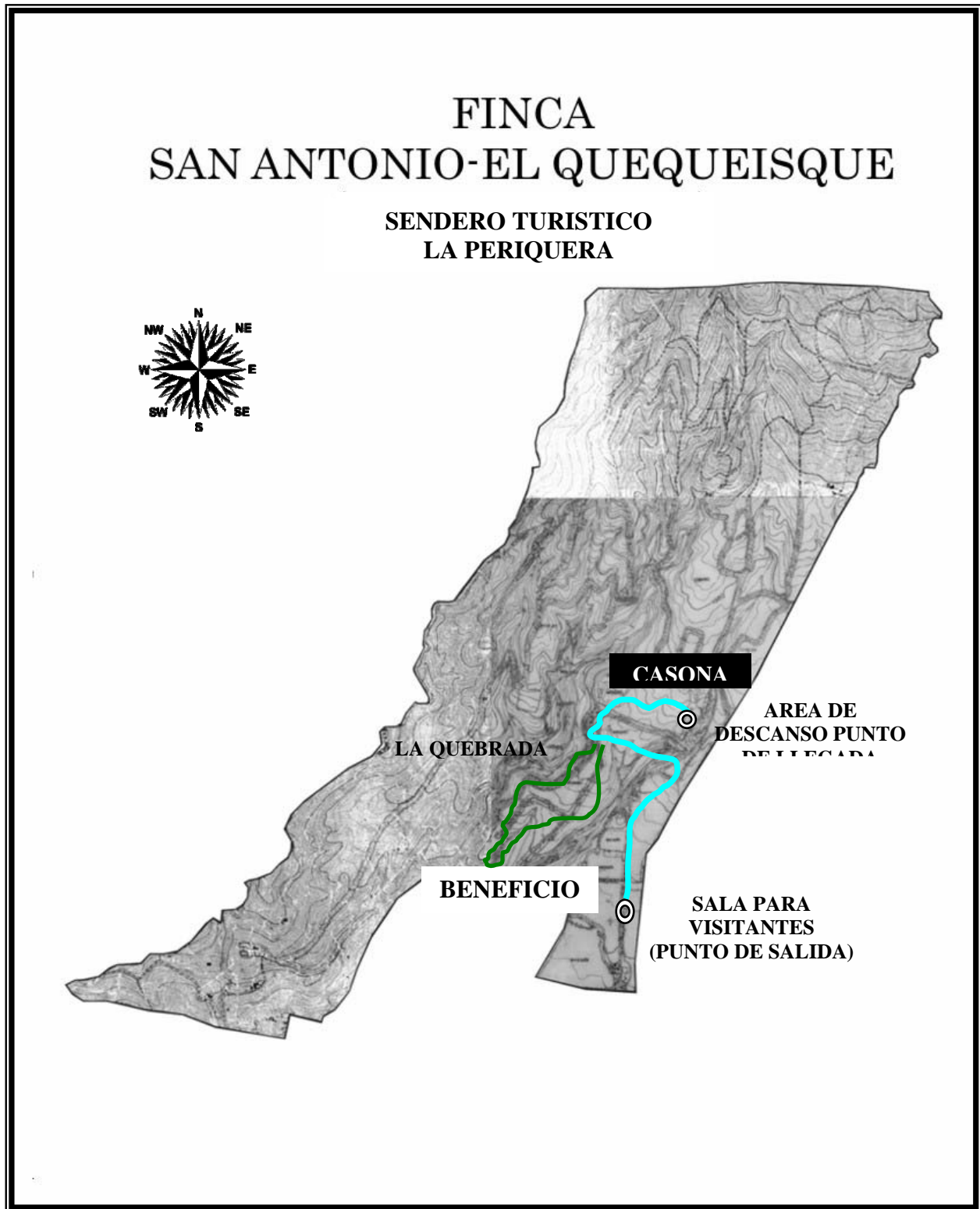
³Fuente: Estudio realizada por SALVANATURA, 2001

Anexo 4. Mapa del sendero turístico “La quebrada”, finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.



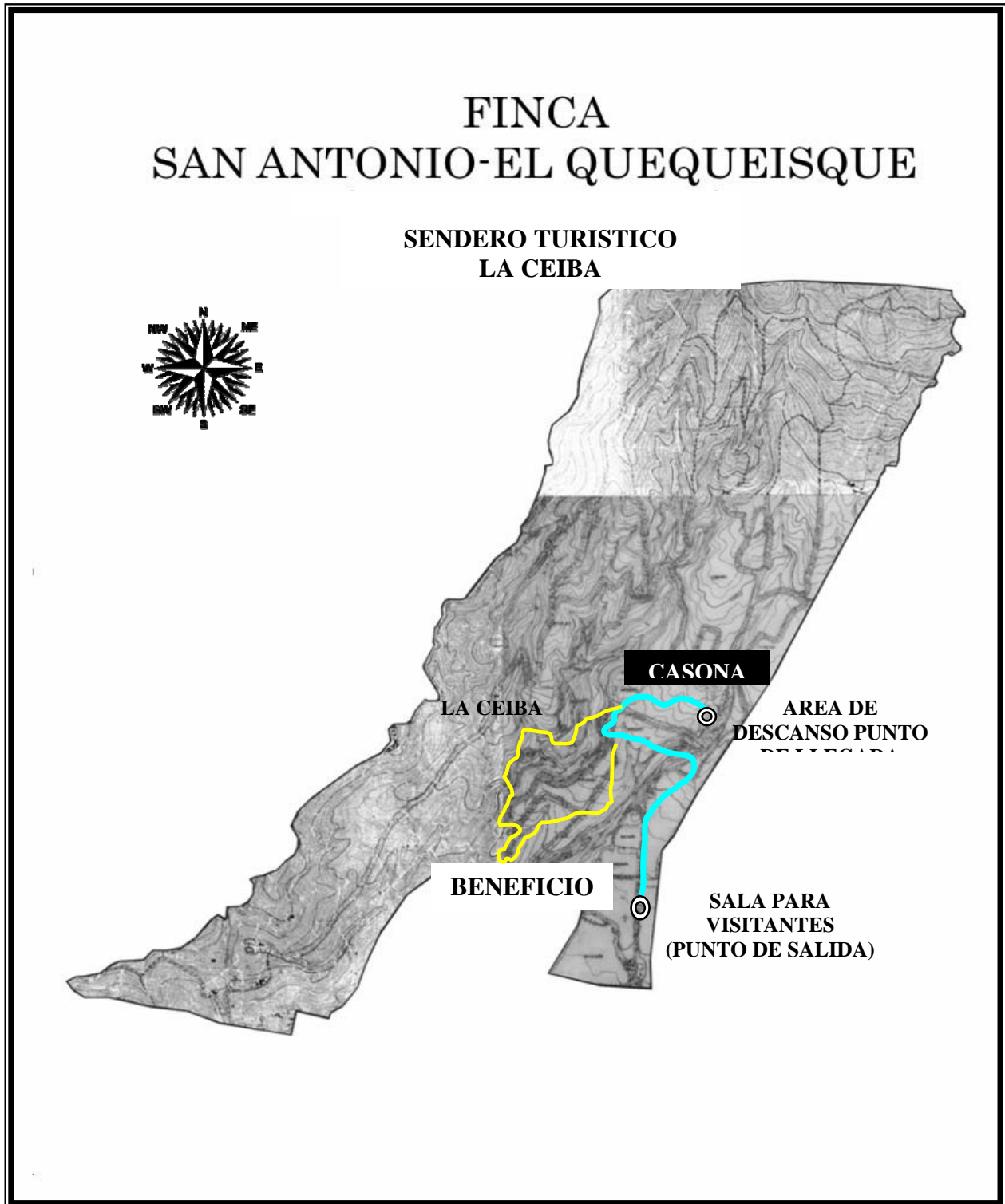
Fuente: Elaboración propia.

Anexo 5. Mapa del sendero turístico “La periquera”, finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.



Fuente: Elaboración propia.

Anexo 6. Mapa del sendero turístico “La ceiba”, finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.



Fuente: Elaboración propia.

Anexo 7. Inventario de maquinaria del beneficio de la finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.

Maquinaria del beneficio

- Motor eléctrico trifásico BBC de 30 Hp 1760 rpm. 220/440 voltios tipo cerrado (húmedo).
- Maquinaria para Beneficio. Seco Trilla.
- Sistema de bombeo de aguas mieles incorporado a maquinaria del beneficio húmedo.
- Motor trifásico para elevador de café oro 3 Hp.
- Trilla marca Aberdem Mackinon.
- Despulpadora de café marca Penagos mod.406 motor de gasolina.
- Planta eléctrica de emergencia marca ONAM mod. 100 DEB 1-14 ASI-87-09947799.
- Sistema de lavado y bombeo de café pergamino a los patios.
- Motor eléctrico de 5.5 Hp trifásico de 1800 rpm marca US Motors.
- Sistema de bombeo de café uva a pulpero de repaso.
- Carrito de lamina 1/16 para transporte de café pergamino a patios.
- Despulpadora inglesa de 60 qq/hora, con sus cilindros.
- Criba cilíndrica.
- Motor de 20 Hp trifásico 1,800 rpm 230/440 marca us. Motors.
- Motor de 1 Hp trifásico de 1800 rpm 230/440 marca us. Motors.
- Motor de 3 Hp trifásico de 1750 rpm 230/440 marca us. Motors.
- Criba de 36" de diámetro x 3.05 de largo con eje de 1 15/16 valeros 1 15/16 motor.
- Criba para café pergamino de 36" de diámetro x 3.05 de largo con eje 1 15/16 valeros 1 15/16 motor incorporado de 2 Hp.
- Separadora tipo Oliver de 50 qq.
- Elevador de café de 2a. de Oliver y separadora.
- Elevador conductor de pulpa para beneficio húmedo de 5 m. De largo por 10 de diámetro incluyendo hechura de torre.
- Compresor marca SANDOAN.
- Tolva para pulpa de café en Beneficio.

Anexo 8. Rotulación de Ambientes y Señalización en la finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.

ROTULACIÓN DE AMBIENTES Y SEÑALIZACIÓN

En un centro turístico es de suma importancia la rotulación de todos los ambientes, para que el turista se pueda ubicar con facilidad. Las posibles rotulaciones son:

1ra. Etapa. “Cultura del café”

- Recepción
- Bienvenidos
- Baños Hombres
- Baños Mujeres
- Informaciones
- Parqueo
- Recorrido “producción de café”
- Sendero “Las quebradas”
- Sendero “La periquera”
- Sendero “La ceiba”
- Vivero
- Cafetal
- Beneficio de café
- Patios
- Balanza eléctrica
- Área de descanso

Maquinaria del beneficio:

- Motor eléctrico trifásico BBC de 30 Hp 1760 rpm 220/440 voltios tipo cerrado (húmedo).
- Maquinaria para Beneficio. Seco Trilla.
- Sistema de bombeo de aguas mieles incorporado a maquinaria del beneficio. humedo.
- Motor trifásico para elevador de café oro 3 Hp.
- Trilla marca Aberdem Mackinon.
- Despulpadora de café marca Penagos mod.406 motor de gasolina.
- Planta eléctrica de emergencia marca ONAM mod. 100 DEB 1-14 ASI-87-09947799.
- Sistema de lavado y bombeo de café pergamino a los patios.
- Motor eléctrico de 5.5 Hp trifásico de 1800 rpm marca US Motors.
- Sistema de bombeo de café uva a pulpero de repaso.
- Carrito de lámina 1/16 para transporte de café pergamino a patios.
- Despulpadora inglesa de 60 qq/hora, con sus cilindros.
- Criba cilíndrica.

- Motor de 20 Hp trifásico 1,800 rpm 230/440 marca us. Motors.
- Motor de 1 Hp trifásico de 1800 rpm 230/440 marca us. Motors.
- Motor de 3 Hp trifásico de 1750 rpm 230/440 marca us. Motors.
- Criba de 36" de diámetro x 3.05 de largo con eje de 115/16 valeros 1 15/16 motor.
- Criba para café pergamino de 36" de diámetro x 3.05 de largo con eje 1 15/16 valeros 1 15/16 motor incorporado de 2 Hp.
- Separadora tipo Oliver de 50 qq.
- Elevador de café de 2a. de Oliver y separadora.
- Elevador conductor de pulpa para beneficio húmedo de 5 m de largo por 10 de diámetro incluyendo hechura de torre.
- Compresor marca SANDOAN.
- Tolva para pulpa de café en Beneficio.

2da Etapa “Contemplación de la naturaleza”

- Área de descanso
- Miradores
- Baños Hombres
- Baños Mujeres
- Informaciones
- Sendero “La quebrada”
- Sendero “La Periquera”
- Sendero “La Ceiba”
- Salida
- Recepción

Anexo 9. Requerimientos básicos de la sala para visitantes en la finca San Antonio-El Quequeisque.

REQUERIMIENTOS DE LA SALA PARA VISITANTES

La recepción es el lugar donde el turista tiene su primer contacto con el centro turístico; los requerimientos mínimos que la recepción debe tener, para brindar al turista la atención adecuada, son:

Mueblería:

- Un estante, en donde se pueda presentar productos a la venta o de información.
- Sillas y mesas para el descanso o espera del turista, en la parte interna de la recepción y sus alrededores (recomendable silla rusticas).

Refrigerio o cafetería:

- Un refrigerador o congelador; en el caso de venta de productos que sea necesario la refrigeración, como gaseosas, agua, etc.
- Cafetera para la elaboración de distintos tipos de café.
- Estante para los insumos de cafetería.
- Servilletteros o bandejas para el servicio de algún bocadito.

Baños:

- Baño diferenciado, para hombres como para mujeres.
- Lavamanos para los baños
- Papel toalla o secadores electrónicos para el sacado de manos.
- Papel higiénico.
- Jabón liquido.

Otros:

- Teléfono, público o línea privada de la empresa, para el uso de visitantes.
- Computadora, para llevar el registro de visitantes.
- Equipo de sonido, para ambientar el lugar con música típica del país (puede ser la computadora de registro).
- Bebederos de agua.
- Basureros (de material rustico o típico del país).
- Carteles o imágenes informativos sobre café.
- Rotulación respectiva de cada ambiente.
- Señalización adecuada en el parqueo de autos.
- Área verde (grama, flores, etc. alrededor de la recepción).

Anexo 10. Requerimientos básicos del área de descanso (casona) para visitantes en la finca San Antonio-El Quequeisque.

REQUERIMIENTO DEL ÁREA DE DESCANSO (CASONA)

Para el área de descanso se recomienda tener los siguientes accesorios:

Mueblería:

- Un estante, en donde se pueda presentar productos a la venta o de información.
- Sillas y mesas para el descanso o espera del turista, después del recorrido por el sendero.

Refrigerio o cafetería:

- Un refrigerador o congelador; en el caso de venta de productos que sea necesario la refrigeración, como gaseosas, agua, etc.
- Cafetera para la elaboración de distintos tipos de café.
- Estante para los insumos de cafetería.

Baños:

- Baño diferenciado, para hombres como para mujeres.
- Lavamanos para los baños.
- Papel toalla o secadores electrónicos para el sacado de manos.
- Papel higiénico.
- Jabón líquido.

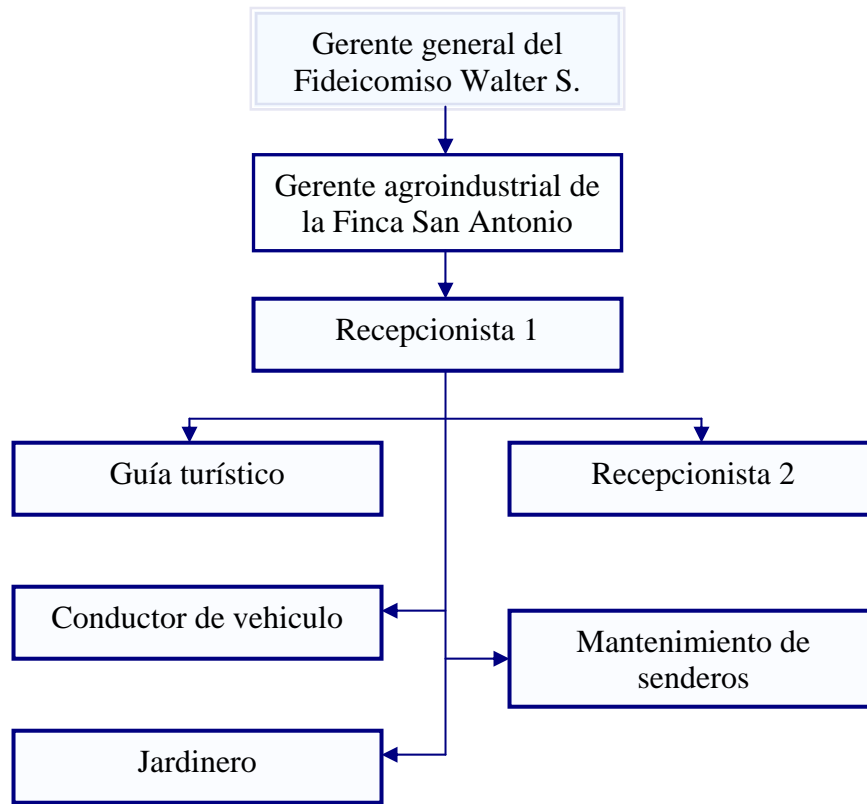
Otros:

- Equipo de sonido, para ambientar el lugar con música típica del país (puede ser la computadora de registro).
- Bebederos de agua.
- Basureros (de material rustico o típico del país).
- Carteles o imágenes informativos sobre café.
- Rotulación respectiva de cada ambiente.
- Área verde (grama, flores, etc. alrededor de la recepción).

Museo:

- Cuadros informativos.
- Estantes de información.
- Estantes para venta de productos.

Anexo 11. Organigrama administrativo del proyecto agroturístico en la finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.



Anexo 12. Ley de turismo de El Salvador.

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 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 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 visitantes 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 visitantes 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.

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.
- 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 REGÍSTRO

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:

- 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 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 visitantes 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:

- 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 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.
- 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.

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.
- 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.

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 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:

- 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 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.

Anexo 13. Requisitos para solicitar calificación de la inversión como un proyecto turístico nacional, para acceder a los beneficios contemplados en la ley de turismo.



**Requisitos indispensables para solicitar calificación de la
Inversión como Proyecto de Interés Turístico Nacional
para acceder a los beneficios contemplados en la Ley de Turismo**

El requisitos para solicitar calificación de la Inversión como Proyecto de Interés Turístico Nacional, para acceder a los beneficios contemplados en la Ley de Turismo que establece el Art. 36 de la Ley de Turismo, es el siguiente:

- I) Inscribir la empresa y a su titular en el Registro Nacional de Turismo (RNT) de CORSATUR.
- II) Solicitar a esta Secretaría de Estado califique la nueva inversión como Proyecto de Interés Turístico Nacional.
- III) La solicitud deberá contener los siguientes requisitos
- IV) La solicitud deberá ser acompañada de los siguientes documentos:

1. Estudio de Factibilidad del proyecto a desarrollar
2. Proyecto de Construcción. (En caso de ser necesario).
3. Cualquier otro permiso gubernamental y/o municipal que requiera el proyecto.
4. Fotocopia Certificada por notario del DUI y NIT, del Representante Legal
5. Fotocopia del NIT, escritura de constitución y credencial del titular;
6. Fotocopia de la inscripción de la Empresa y su titular en el RNT vigente;
7. Fotocopia de la Matrícula de Empresa y Establecimiento vigente;
8. Fotocopias del Permiso Ambiental, en caso de ser procedente y permisos gubernamentales o municipales que sean requeridos legalmente y cualquier otro que fuere necesario para iniciar las obras del proyecto.

Si la solicitud no se presenta personalmente, la firma del solicitante deberá ser legalizada por notario y la calidad con que actúa se acreditará de conformidad a la legislación secundaria de la siguiente manera:

Personas Jurídicas: Con la escritura pública de constitución y credencial en su caso, inscritas en el registro correspondiente.

Personas jurídicas extranjeras: Con los estatutos que comprueben que la entidad está legalmente constituida, de acuerdo con las leyes del país en que se hubiera organizado, autenticados o apostillados y traducidos al idioma castellano si están redactados en otro idioma. Si se tratare de una sucursal extranjera, con su inscripción en el Registro de Comercio.

En todos estos casos, podrá presentarse fotocopia certificada por notario de dichos documentos.

Anexo 14. Cálculo del capital de trabajo para el proyecto agroturístico de la finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.

	AÑO									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos US\$	36,702	39,749	43,048	46,621	85,777	92,896	100,607	108,957	118,001	127,795
Egresos US\$	16,830	17,672	18,555	19,483	20,457	21,480	22,554	23,682	24,866	26,109
Saldo US\$	19,872	22,077	24,493	27,138	65,320	71,417	78,053	85,276	93,135	101,686
Saldo acumulado US\$	9,872	9,744	61,821	86,314	113,452	178,772	250,188	328,241	413,517	506,652

Anexo 15. Cálculo en dólares de la depreciación de bienes para la primera y segunda etapa del proyecto agroturístico de la finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.

	AÑO									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Construcción de recepción	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1 000
Refrigeradora CETRON	61	61	61	61	61	61	61	61	61	61
Cafetera (Multifunción)	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Computadora Dell E520	140	140	140	140	140	140	140	140	140	140
Set de patio (4 sillas, 1 mesa)	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Hamacas	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
Construcción del área de descanso (m2)						750	750	750	750	750
Mirador						267	267	267	267	267
Computadora Dell E521						140	140	140	140	140
Set de patio (4 sillas, 1 mesa)						300	300	300	300	300
Vehículo (coaster)						3,333	3,333	3,333	3,333	3,333
(-) Depreciación US\$	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	6,339	6,339	6,339	6,339	6,339

Anexo 16. Flujo de caja en dólares para la primera etapa, “Cultura de café” del proyecto agroturístico de la finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.

	AÑO										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(-) Inversión	29,084										
Capital de trabajo	0										-
Reemplazos		-	-	-	40,00	-	2,375,00	-	40,00	-	-
Cafetera (Multifunción)							175,00				
Computadora Dell E520							700,00				
Set de patio (4 sillas, 1 mesa)							1,500,00				
Hamacas					40,00				40,00		
Refrigeradora CETRON											
(+) Ingresos		36,702	39,749	43,048	46,621	50,490	54,681	59,219	64,134	69,458	75,223
(-) Gastos		16,830	17,672	18,555	19,483	20,457	21,480	22,554	23,682	24,866	26,109
imprevistos		1,683	1,767	1,856	1,948	2,046	2,148	2,255	2,368	2,487	2,611
(=) Utilidad Operativa antes de depreciación		18,189	20,310	22,637	25,149	27,987	28,678	34,410	38,045	42,105	46,503
(-) Depreciación		1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549
(=) Utilidades antes de intereses e impuestos		16,640	18,761	21,088	23,600	26,438	27,129	32,861	36,495	40,556	44,954
(-)Impuestos		4,771	5,167	5,596	6,061	6,564	7,108	7,699	8,337	9,029	9,779
(=) Utilidades después de intereses e impuestos		11,869	13,593	15,492	17,539	19,874	20,020	25,162	28,158	31,527	35,175
(+) Depreciación		1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	1,549
(-)Amortización		7,093	7,093	7,093	7,093	7,093	17,365	17,365	17,365	17,365	17,365
(=) Utilidad neta después de intereses e impuestos	29,083	6,325	8,049	9,948	11,995	14,330	4,204	9,347	12,342	15,711	19,359

Tasa de descuento	5.0%
Impuestos	13.0%
Inflación anual	5.0%
Incremento de anual de turistas	8.3%

Anexo 17. Flujo de caja en dólares para la primera y segunda etapa del proyecto agroturístico de la finca San Antonio-El Quequeisque, 2007.

	AÑO											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
(-) Inversión	29,084					71,200,00						
Capital de trabajo	0											-
Reemplazos		-	-	-	40		2,375		40			-
Cafetera (Multifunción)							175					
Computadora Dell E520							700					
Set de patio (4 sillas, 1 mesa)							1,500					
Hamacas					40				40			
Refrigeradora CETRON												
(+) Ingresos		36,702	39,749	43,048	46,621	85,777	92,896	100,607	108,957	118,001		127,795
(-) Gastos imprevistos		16,830	17,672	18,555	19,483	30,489	32,013	33,614	35,295	37,060		38,913
(=) Utilidad Operativa antes de depreciación		1,883	1,767	1,856	1,948	3,049	3,201	3,361	3,529	3,706		3,891
(-) Depreciación		1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	6,339	6,339	6,339	6,339		6,339
(=) Utilidades antes de intereses e impuestos		16,640	18,761	21,088	23,600	50,690	48,967	57,292	63,753	70,896		78,651
(-) Impuestos		4,771	5,167	5,596	6,061	11,151	12,077	13,079	14,164	15,340		16,613
(=) Utilidades después de intereses e impuestos		11,869	13,593	15,492	17,539	39,539	36,891	44,213	49,589	55,556		62,038
(+) Depreciación		1,549	1,549	1,549	1,549	1,549	6,339	6,339	6,339	6,339		6,339
(-) Amortización		7,093	7,093	7,093	7,093	7,093	17,365	17,365	17,365	17,365		17,365
(=) Utilidad neta después de intereses e impuestos	29,084	6,325	8,049	9,948	11,995	33,995	25,865	33,187	38,563	44,530		51,012

∞

Anexo 18. Glosario de términos.

Actividad Turística

Es el resultado de los actos particulares de consumo realizados por personas fuera del lugar de su domicilio habitual que, por diferentes motivos, visitan temporalmente sitios que ofrecen bienes y servicios turísticos. (Valencia, 1989).

Aguas Residuales

Son materiales derivados de residuos domésticos o de procesos industriales, los cuales por razones de salud pública y por consideraciones de recreación económica y estética, no pueden desecharse vertiéndolas sin tratamiento en lagos o corrientes convencionales. (Rigola, 1998).

Áreas Protegidas

Las que tienen por objeto de conservación, el manejo racional y la restauración de la flora, fauna silvestres y otras formas de vida, así como la biodiversidad y la biosfera. Igualmente se incluirá en esta categoría, aquellos espacios del territorio nacional que al protegerlos se pretende restaurar y conservar fenómenos geomorfológicos, sitios de importancia histórica arqueología, cultural, escénicos o recreativos. (CONAP, 2006)

Atractivo Turístico

Son aquellos bienes tangibles o intangibles que posee un país y que constituyen la principal atracción del turista. (Jiménez, 1986).

Contaminación

Es el proceso de alteración de las características del agua, la tierra y la atmósfera, producido como resultado de la presencia de uno o varios agentes generados por las actividades del hombre o por la propia naturaleza. (Molina, 1982).

Contaminación del agua

Incorporación al agua de materias extrañas como microorganismos, productos químicos, residuos industriales y de otros tipos, o aguas residuales. Estas materias deterioran la calidad del agua y la hacen inútil para los usos pretendidos. (Rigola, 1998).

Contaminación del medio hídrico

La acción y el efecto de introducir materias o formas de energía, o inducir condiciones en el agua que, de modo directo o indirecto, impliquen una alteración perjudicial de su calidad en relación con los usos posteriores o con sus servicios ambientales. (Rigola, 1998).

Deforestación

Considerada como la tala inmoderada de árboles de manera masiva o parcial, total o gradual es el principal impacto directo al ambiente en la producción ganadera. Se la realiza principalmente por la necesidad de producción de pastos para el pastoreo de

los animales o para el corte y alimentación suplementaria de estos, provocando entre otros los siguientes efectos negativos al ambiente. (IICA, 2004).

Demanda Turística

Formada por el conjunto de consumidores - o posibles consumidores - de bienes y servicios turísticos. (OMT, 1991).

Desarrollo Turístico Sostenible

Proceso que permite el desarrollo sin degradar o agotar los recursos que hacen posible el mismo desarrollo. (OMT, 1998).

Destino Turístico

Área, lugar o zona donde el viajero espera encontrar una serie de actividades, atractivos y servicios que le permitan obtener la experiencia única e inolvidable que espera de su viaje (Ranzola, 2006).

Diagnóstico Turístico

Recoger y analizar datos del sector turístico, bien a nivel mundial, regional, nacional o local para evaluar sus problemas. (Valencia, 1998)

Ecosistema

Comprende el conjunto de seres vivos que viven en un área determinada, los factores que lo caracterizan y las relaciones que se establecen entre los organismos y, entre éstos y el medio físico. (Valencia, 1999).

Ecoturismo

Se define como la ejecución de un viaje al ambiente natural que relativamente no está disturbado y sin contaminación, con el objetivo específico de estudiar, admirar y gozar de la belleza paisajística, junto con sus componentes de flora y fauna silvestre, al igual que de las manifestaciones culturales pasadas y/o presentes que se encuentran en las áreas. (Ponce, 1991).

Erosión del suelo

Al quedar el suelo desprovisto de cobertura forestal, queda también expuesto a los procesos de degradación o pérdida de suelo, que se da principalmente por el arrastre o escorrentía de agua por la precipitación o lluvias (erosión hídrica) o por el arrastre del suelo por la fuerza del viento (erosión eólica), provocando la pérdida gradual de la capa arable del suelo que dicho sea de paso, posee las mejores condiciones físicas y químicas. Este fenómeno contribuye al empobrecimiento de los suelos y por ende a la disminución de su productividad. (IICA, 2004).

Guía de Turismo

Personas con profundo conocimientos sobre patrimonio y servicios turísticos, facultada para acompañar, dirigir, ayudar e informar a los largo de itinerarios en autobús, automóvil, ferrocarril, u otro medio de transporte. Su función es muy amplia: dar explicaciones históricas o de otra índole, ayuda en los turistas en los trámites y gestiones aduanales, migratorias y de sanidad, dispone lo relativo a

hospedaje y alimentación, planea, aconseja acerca de viajes auxilia en el manejo de equipajes y puede encargarse del cobro de pasajes. Su acción puede prolongarse más allá del viaje y realizar la labor de guía local. (OMT, 2000).

Hábitat

Lugar específico en el que vive un organismo. (Valencia, 1999).

Industria Turística

Conjunto de empresarios tanto personas naturales como jurídicas, que participan en la planeación, organización, comercialización y distribución del producto turístico, así como los aspectos relacionados con la inversión necesaria para su desarrollo. (Valencia, 1999).

Itinerario

Es el recorrido establecido trazando en los mapas correspondientes y que comprende: punto de origen, punto de toque y punto definitivo del destino. (OMT, 2000).

Medio Ambiente

Condiciones creadas (por el entorno natural o artificial) dentro del cual vive cada organismo. En la Geografía Humana, se incluyen las condiciones culturales, economías y sociales circundantes. (El Tiempo.04.07.2002).

Motivación Turística

Estímulo que lleva a una persona a trasladarse temporalmente desde su lugar de residencia a otro, en el que no se incorporará a su fuerza laboral. (Capece, 2000).

Observación de Flora y Fauna

La observación de flora y fauna es un género dentro del ecoturismo que alberga toda una serie de actividades cuya finalidad es la contemplación, el estudio y la observación recreativa y sin fines científicos de la flora y fauna que encuentra refugio en un ecosistema determinado. (Perticará, 2001).

Oferta Turística

Conjunto de bienes intangibles (clima, cultura, paisaje..) y tangibles (atractivos naturales o creados) y servicios turísticos (Hoteles, restaurantes, recreación etc.) ofrecidos efectivamente al turista. (Jiménez, 1986).

Paquete Turístico

Conjunto de servicios turísticos que se venden al viajero por conducto de las Agencias de Viaje o de líneas áreas. Por lo general, el paquete turístico comprende: transporte, alojamiento, alimentación, recreación y excursiones. (Helo, 2003).

Pernoctación

En estadística turística se define como la noche pasada por un turista en un lugar determinado. (Novo, 1997).

Prestadores de Servicios Turísticos

Son aquellas personas naturales o jurídicas cuyo objeto es brindar algún servicio turístico. (Valencia, 1999).

Producto Turístico

Constituido por el conjunto de aspectos tanto naturales y culturales como estructurales que hacen de un lugar un atractivo para su visita. La primera parte del producto turístico la constituyen los servicios creados para facilitar la permanencia del hombre en los lugares distantes al habitual. En la otra parte tratamos de estudiar aquellos elementos naturales y culturales que por sus características propias poseen lo necesario para que individuo pueda satisfacer plenamente sus actividades y motivaciones turísticas. (OMT, 2000).

Promoción Turística

Se puede entender como el resultado de las acciones públicas o privadas que se llevan a cabo para presentar la imagen de un destino o servicio en un país, región o localidad a fin de motivar e incrementar el flujo de visitantes e inversionistas en áreas de destino turístico. (Valencia, 1999).

Recursos Turísticos

Es todo aquello que posee características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural de esparcimiento y recreación, histórico - cultural. (OMT, 2000).

Ruta

Es la vía a seguir con un origen y un destino diferente, que sirve de base para la creación de los itinerarios. Lo que determina la ruta son una serie de valores paisajísticos, culturales, humanos y naturales, que realizan el centro lineal de atención. (OMT, 2000).

Safaris fotográficos

Los safaris fotográficos o foto safaris consisten en sumar a la observación de las especies animales y vegetales de un lugar determinado la fotografía de las mismas. (Perticará, 2001).

Tour

Es un recorrido cuya duración no excede de 24 horas, se realiza de una misma localidad o sus alrededores más cercanos e incluye: transporte colectivo con o sin guía, entradas a monumentos o estacionamiento diversos en algunos casos pensión alimenticia. (OMT, 2000).

Tour Operador u Operadora de Turismo

Empresa que bajo un solo centro de decisión, abarca actividades de agencia de viajes, transporte, acogida hotelera, etc. Algunos tour operadores sólo actúan en el mercado mayorista, es decir, tienen como clientes a las agencias de viajes que son las que venden al público sus productos, agrupados o combinados en los llamados paquetes

turísticos que (incluyen viaje de ida y vuelta, estancia en hotel, visitas guiadas, etc.) (Candel, 2003).

Turismo

Actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos. (OMT, 2000).

Turismo de Aventura

Tipo de turismo que lleva dentro de sí, actividades controladas con cierto nivel de riesgo, o por el hecho de incursionar en una actividad o sitio desconocido por el turista. (Mbell, 2003).

Turismo Cultural

Es aquel que se desarrolla con fundamento en los bienes culturales tangibles e intangibles de un país, región y/o localidad, que comporta la interacción entre el sujeto turista ávido de contacto con culturas materiales e inmateriales distintas a la propia y la comunidad receptora como comunicante de sus valores culturales y tradiciones. (Sánchez, 2002).

Turismo Rural

Según la OMT (2000), el término turismo rural se utiliza cuando la cultura rural es un elemento clave del producto turístico. La característica que diferencia los productos de turismo rural es el deseo de facilitar al cliente un contacto personalizado, una impresión del entorno físico y humano de las zonas rurales y, cuanto sea posible, permitir su participación en actividades, costumbres y estilo de vida de la población. (OMT, 2000).

Turismo de Sol y Playa

Demanda turística cuya motivación se fundamenta en estos dos elementos y que se caracteriza por las negativas consecuencias de su estacionalidad y masificación. (Fog, 2000).

Turista

Es un visitante que permanece al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado (García, 1996 y CORSATUR, 2002).

Turista interno

Es un visitante interno que permanece al menos una noche en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado (García, 1996 y CORSATUR, 2002).

Viajero

Toda persona que se desplaza entre dos o más países diferentes o entre dos o más lugares dentro de su país de residencia habitual. (OMT, 2000).

Visitante

Toda persona que viaje, por un período no superior a 12 meses, a un país diferente de aquel donde tiene su residencia habitual y que el motivo principal de la visita no sea ejercer una actividad que se remunere en el país visitado (OMT, 2000).

Visitante interno

Cuyo país de residencia es el país visitado; pueden ser nacionales de este país o extranjeros (García, 1996 y CORSATUR, 2002).

Sendero interpretativo

Camino establecido con señalizaciones de orientación y de instrucción que lleva a los visitantes a una comprensión y apreciación más profunda de los recursos de un sitio, de manera que motive a entender las necesidades de su conservación y protección (CORSATUR, 2002).

Producto turístico

Está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, bienes y servicios que son producidos por diferentes entidades, pero que el turista lo percibe como uno sólo (García, 1996 y CORSATUR, 2002).