



UNIVERSIDAD FRANCISCO GAVIDIA

POSTGRADO:

ESPECIALISTA REGIONAL EN PLANIFICACION ESTRATÉGICA EN TURISMO

Tesina:

“Creación De Un Plan De Sensibilización Turística En Los Centros Educativos Públicos De San Luis La Herradura En El Salvador Y En La Ceiba En Honduras, Para Concientizar A Los Alumnos De Bachillerato Sobre Las Oportunidades Que El Turismo Brinda Para El Desarrollo Local”

ALUMNAS:

ALEJANDRA MARCELA NAVAS MONTERROSA

ANA JULIA MARTINEZ CARDONA

LUZ DE FATIMA MATUTE

SAN SALVADOR, DICIEMBRE 2010.

**NOMBRE DE LAS AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD
FRANCISCO GAVIDIA**

**ING. MARIO ANTONIO RUÍZ RAMÍREZ
RECTOR**

**DRA. LETICIA ANDINO DE RIVERA
VICE-RECTORA**

**LIC. TERESA DE JESÚS GONZÁLEZ DE MENDOZA
SECRETARIA GENERAL**

**LIC. ADALBERTO ELÍAS CAMPOS BATRES
DIRECTOR DE POSTGRADOS Y EDUCACIÓN CONTINUA**

**LIC. MIRIAM HERRERA DE HENRÍQUEZ
ASESORA DE TESINA**

ACTA DE APROBACIÓN DE LA DEFENSA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

ACTA DE LA DEFENSA DE TRABAJO DE TESINA DE POSTGRADO ESPECIALISTA REGIONAL EN PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN TURISMO CCT/SITCA

Acta No. 01/2011

En el Aula No 4-2 del Edificio EBLE, de la Universidad Francisco Gavidia, a las dieciocho horas y cero minutos del dieciséis de diciembre de 2011; siendo estos el día y la hora señalada para el análisis y la defensa de la tesina de graduación: "creación de un Plan de Sensibilización Turística en los Centros educativos Públicos de San Luis La Herradura en El Salvador y en la Ceiba de Honduras, para concientizar a los alumnos de bachillerato, sobre las oportunidades que el turismo brinda para el desarrollo local", presentado por las profesionales:

Luz de Fátima Matute García
Alejandra Marcela Navas Monterrosa
Ana Julia Martínez Cardona

Del postgrado Especialista Regional en Planificación Estratégica en Turismo CCT/SITCA y estando presentes las interesadas y el Jurado, se procedió a dar cumplimiento a lo estipulado, habiendo llegado el Jurado, después del interrogatorio y las deliberaciones correspondientes, a pronunciarse por este fallo:

Luz de Fátima Matute García
Nombre

Fallo: Aprobado
(Aprobado ó Reprobado)

Alejandra Marcela Navas Monterrosa
Nombre

Fallo: Aprobado
(Aprobado ó Reprobado)

Ana Julia Martínez Cardona
Nombre

Fallo: Aprobado
(Aprobado ó Reprobado)

Y no habiendo más que hacer constar, se da por terminada la presente.

Presidente Claudia Lorenzana
Licda. Claudia Lorenzana

Vocal Blanca Montes
Inga. Blanca Montes

Vocal Rolando Erick Menjivar
Lic. Erick Menjivar

Lídice Pérez
Licda. Lídice Pérez
Representante de Dirección de Postgrados y Educación Continua

AGRADECIMIENTOS

Al concluir con nuestra Tesina, deseamos brindar nuestros más sinceros agradecimientos a las personas que de manera directa o indirecta nos colaboraron para la terminación de la misma.

Primeramente a Dios, por darnos la oportunidad de realizar nuestros estudios de Postgrado.

A las Autoridades y Funcionarios de las diferentes Instituciones Públicas y Privadas, que nos apoyaron con sus conocimientos, información y guía.

A nuestros familiares y amigos, por apoyarnos y tenernos paciencia en el tiempo en que estudiamos.

A la Universidad Francisco Gavidia, por brindarnos la oportunidad de realizar nuestros estudios de Postgrado y por el apoyo técnico y educativo recibido a lo largo de todo este tiempo.

Y finalmente un agradecimiento especial a nuestra Tutora Licenciada Miriam Herrera, quien sin sus conocimientos, aportes y guía no hubiera sido posible la culminación de este proyecto.

TABLA DE CONTENIDO

Planteamiento del problema.....	6
1.1. Definición de la situación problemática.....	6
1.1.1. Enunciado del Problema.....	7
1.2. Justificación.....	7
1.3. Delimitación del problema.....	8
1.4. Alcances y Limitaciones de la Investigación.....	10
2. Marco teórico conceptual de referencia.....	12
Objetivo General del Estudio.....	12
Objetivos Específicos del Estudio.....	12
2.1. Marco Histórico.....	13
2.1.1. Datos Relativos de las ciudades.....	13
2.1.2. Aspectos Culturales.....	16
2.1.3. Ubicación Geográfica.....	18
2.1.4. Costumbres y Tradiciones.....	19
2.2. Marco Teórico de Referencia.....	21
2.2.1. Aspectos Generales de Turismo.....	21
2.2.1.1. Definiciones.....	21
2.2.2. Tipos de Turismo.....	28
2.2.2.1. Tipos de Turismo en los municipios de enfoque.....	31
2.3. Marco Legal de Referencia.....	36
2.3.1. El Salvador.....	36
2.3.1.1. Ley de Turismo.....	36
2.3.1.2. Ley de la Corporación Salvadoreña de Turismo.....	37
2.3.1.3. Ley del Instituto Salvadoreño de Turismo.....	39
2.3.1.4. Ley del Medio Ambiente.....	41
2.3.2. Honduras.....	43
2.3.2.1. Ley del Instituto Hondureño de Turismo.....	43
2.3.2.2. Ley de Incentivos al turismo.....	44

2.3.2.3.	Planeamiento y Desarrollo de las Zonas de Turismo.....	44
2.3.2.4.	Ley General del Ambiente.....	45
2.3.2.5.	Estrategia Nacional de Turismo Sostenible.....	45
2.3.2.6.	Instituciones de Turismo en Honduras.....	45
3.	Metodología de la Investigación.....	48
3.1.	Método de Investigación.....	49
3.2.	Tipo de Investigación.....	49
3.3.	Fuentes de Recolección de Datos.....	49
3.4.	Definición de la Población.....	50
3.5.	Unidades de Análisis.....	51
3.6.	Sujetos de Estudio.....	51
3.7.	Marco Muestral.....	51
3.8.	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	52
3.9.	Diseño del Instrumento de Investigación.....	52
3.10.	Procedimiento para la realización de la investigación.....	52
3.11.	Tabulación y Análisis de Datos.....	54
3.12.	Conclusiones y Recomendaciones.....	80
4.	Diseño del Plan de Sensibilización Turísticas.....	83
4.1.	Importancia.....	83
4.2.	Justificación de la Propuesta.....	84
4.3.	Objetivos de la Propuesta.....	85
4.4.	Beneficio de la Propuesta.....	86
4.5.	Análisis FODA.....	86
4.6.	Desarrollo de la Propuesta.....	88
4.6.1	Talleres.....	88
4.6.1.1.	Primera Etapa-Formación de Formadores.....	88
4.6.1.2.	Segunda Etapa- Sensibilización de Alumnos de Bachillerato.....	90
4.6.1.4.	Tercera Etapa- Evaluación de Resultados.....	91
4.6.1.4.	Cuarta Etapa- Campañas y Concursos.....	91
4.6.2.	Guía Didáctica (anexo 6).....	92
4.6.3.	Actividades Practicas para la implementación.....	92

4.6.3.1. Campaña de Limpieza: "Limpiemos nuestra casa".....	93
4.6.3.2. Campaña de Medio Ambiente: "Eco-guardianes".....	95
4.6.3.3. Campaña de Cultura turística: "trata bien al turista y trataras bien tu municipio".....	97
4.6.3.4 Concursos.....	99
4.7. Presupuesto.....	100
4.8. Cronograma de Actividades del Plan de Sensibilización.....	102
Bibliografía.....	103
Anexos.....	105

RESUMEN

Es necesario que los jóvenes y pobladores de los municipios con potencial turístico, cuenten con un Programa de Enseñanza en materia turística, el cual les sirva de herramienta para conocer conceptos generales de turismo y de sus municipios, razón por la cual nuestro proyecto de Tesina fue la **“Creación de un Plan de Sensibilización Turística en los Centros Educativos Públicos de San Luis La Herradura en El Salvador y en La Ceiba en Honduras, para concientizar a los alumnos de Bachillerato sobre las oportunidades que el Turismo brinda para el desarrollo local”**.

Con el Plan de Sensibilización Turística, se fomentará una cultura tanto turística como ambiental, enfocada principalmente a los jóvenes de San Luis La Herradura en El Salvador y La Ceiba en Honduras, para que obtengan conocimientos de su municipio sobre historia, cultura y la forma en cómo deben valorar y proteger los recursos naturales y culturales.

Es importante mencionar que se consideraron municipios con la misma oferta turística es decir Sol y Playa; Por lo que dicho Plan puede ser implementado en ambos países ya sea de forma simultánea o por separado y cuenta con dos etapas, la primera Formación de Formadores y la segunda Sensibilización Turística a los jóvenes.

INTRODUCCION

“La meta principal de la educación es crear hombres que sean capaces de hacer cosas nuevas no simplemente de repetir lo que otras generaciones han hecho; hombres que sean creativos, inventores y descubridores.”

Jean Piaget

La educación es un pilar fundamental para la mejora de una sociedad. Debe hacer emerger todo el potencial de cada alumno, guiándolo en su proceso de descubrimiento de intereses y formación de comportamientos y actitudes. Los jóvenes formados hoy, transmitirán sus enseñanzas e intereses a futuras generaciones. Por consiguiente, la educación juega un papel importante en la formación de ciudadanos con una actitud positiva ante el turismo; con una conciencia turística. Esta última definida como el “conjunto de actitudes de todo orden a nivel del comportamiento de los habitantes de un lugar turístico, que humanizan y jerarquizan la recepción a través de la hospitalidad y comprensión.”¹

Una de las razones por la cual muchos destinos turísticos no logran un crecimiento eficiente de la actividad turística, a pesar de contar con recursos naturales e infraestructuras adecuadas, es la falta de conciencia turística en la población. Es importante que los ciudadanos reconozcan la importancia del turismo y que acepten el rol que deben cumplir como anfitriones ante los turistas. El sistema turístico es complejo, dinámico y cambiante requiriendo un análisis de todos los actores involucrados. El éxito de este sistema implica la participación activa y colaboradora de todos y cada uno de estos actores.

¹ Torrejón, Antonio. Universidad Nacional de la Patagonia. 2004.

CAPITULO 1

Planteamiento del problema

1.1. Definición de la situación problemática

La actividad turística puede convertirse en un factor de crecimiento y desarrollo para muchos países que cuentan con una oferta turística competitiva. El Salvador y Honduras a nivel internacional, se han caracterizado por ofrecer dentro de sus atractivos turísticos, el destino Sol y Playa, considerando las ventajas con que cada uno de los países cuenta para ofertarlo, como por ejemplo distancia, mar, arena, calidad de su gente. etc.

Un factor importante para lograr el éxito turístico de una región es lograr que los actores directos e indirectos estén conscientes de sus papeles de promotores y servidores de turismo.

Lo que no ha permitido el desarrollo y crecimiento de estos destinos turísticos ha sido la falta de concientización de la población local respecto a la importancia del turismo en su zona. Tanto los jóvenes, como los centros educativos muestran poco interés en el desarrollo turístico de su región. Parte de este problema proviene de la inexistencia de un plan escolar que cree conciencia en los alumnos y docentes sobre la importancia de cuidar y promover nuestros atractivos naturales. ¿Cómo podemos lograr que la población participe activamente en el desarrollo turístico de su comunidad?

En este proyecto, buscaremos descubrir el nivel de conocimiento turístico de los alumnos de bachillerato. Una vez obtenidos los resultados, crearemos un plan de sensibilización con el cual, a largo plazo, lograremos que esta población local se involucre en el desarrollo turístico de la región.

1.1.1. Enunciado del Problema

¿En que medida un plan de sensibilización turística contribuye a la concientización de los alumnos de bachillerato de los Centros Educativos de San Luis La Herradura en El Salvador y en La Ceiba en Honduras?

1.2. Justificación

Tomando en cuenta la importancia de la educación en la cultura turística, pero principalmente que los jóvenes logren identificarse con su municipio, se ha considerado la **“Creación de un Plan de Sensibilización Turística en los Centros Educativos Públicos de San Luis La Herradura en El Salvador y en La Ceiba en Honduras, para concientizar a los alumnos de Bachillerato sobre las oportunidades que el Turismo brinda para el desarrollo local”**.

El Turismo, como ente dinamizador de la economía de un país, puede lograr un desarrollo local dentro de sus destinos turísticos, por lo tanto, consideramos que para lograr un desarrollo local efectivo a través de ésta industria, es necesario que los actores locales directos e indirectos sean conscientes de las oportunidades que el sector puede ofrecer.

Con el Plan de Sensibilización Turística, deseamos fomentar una cultura tanto turística como ambiental, enfocada principalmente a que los jóvenes, de manera complementaria a su educación formal, obtengan conocimientos de su municipio sobre historia, cultura y la forma en cómo deben valorar y proteger los recursos naturales y culturales.

Es importante que, desde la juventud las personas despierten el interés en conocer los principales atractivos turísticos de su país pero principalmente de su zona; y de esta manera lograr una identificación con los mismos, que los lleve a velar por dichos atractivos, pues ninguna persona puede defender y cuidar su país, si no lo conoce.

A través de este Plan de concientización los alumnos conocerán el significado del turismo; los atractivos de la región; los tipos de turistas que llegan al país; los invitará a impulsar la conciencia turística; aprenderán sobre las tradiciones y costumbres, bailes, gastronomía y su folklore, como también sobre las organizaciones turísticas existentes.

De esta manera lograremos resultados tangibles a corto plazo al observar una juventud que muestra interés por conocer sobre su región, convirtiéndose en entes multiplicadores de su entorno. A largo plazo serán profesionales conscientes de que el turismo supone una gran oportunidad de desarrollo sostenible para comunidades y regiones. Por consiguiente, se involucrarán activamente en el sector turístico, ya sea como empresarios, empleados o promotores que fomentaran el turismo en sus propias comunidades.

1.3. Delimitación del problema

Delimitación en el espacio físico-geográfico:

Se llevaron a cabo dos investigaciones metodológicas en destinos de sol y playa.

- * San Luis La Herradura, La Paz ubicada en la costa pacífica de El Salvador, y
- * La Ceiba, Atlántida ubicada en la costa atlántica de Honduras.

Delimitación temporal

Aproximadamente 6 semanas para definir y realizar la investigación metodológica y 7 semanas para el desarrollo del plan de sensibilización basado en los datos recolectados; inicio en el mes de Mayo y finalizó en el mes de Agosto.

Delimitación demográfica:

El plan de sensibilización turística fue dirigido a: Los alumnos de Bachillerato de las escuelas públicas de La Herradura, El Salvador y La Ceiba, Honduras- con el fin de sensibilizar a este grupo objetivo sobre la importancia que tiene turismo en el desarrollo económico de destinos turísticos; y crear conciencia desde la niñez sobre lo importante que es la preservación de los recursos naturales, culturales y sociales con que cuentan estas dos regiones.

Delimitación teórica:

La presente investigación se apoyó principalmente en la importancia de la concientización turística, definida como manifestación de aceptación y correspondencia al turismo, tanto de la población en general como de los actores y sectores directa e indirectamente involucrados, como así también la actitud de bienestar que se genera por la contribución que hace la actividad desde los aspectos económico, social, cultural y ambiental. Así mismo, se dió importancia al cambio de comportamientos y actitudes, entendiéndose las últimas como disposiciones de ánimo manifestadas de algún modo. La teoría fue sustentada con los conceptos y definiciones extraídas de documentales en el Internet, artículos en revistas turísticas e informes de los diferentes organismos del sector.

1.4. Alcances y Limitaciones de la Investigación

Alcances

Diagnosticar el conocimiento en materia de turismo en los alumnos de bachillerato de las escuelas públicas en San Luis La Herradura, El Salvador y en La Ceiba, Honduras.

Elaborar un Plan de Sensibilización Turística para concientizar sobre las oportunidades que el turismo brinda para el desarrollo local.

Proveer a las localidades de San Luis La Herradura, El Salvador y de La Ceiba, Honduras, de una herramienta con la cual despertar el interés en turístico de la población.

Lograr que los alumnos de bachillerato de las escuelas públicas en San Luis La Herradura, El Salvador y en La Ceiba, Honduras, sean conscientes de la importancia del turismo para su localidad.

Mejorar el sector turístico en San Luis La Herradura, El Salvador y en La Ceiba, Honduras, convirtiéndose en una comunidad cuyos miembros participan activamente en lograr ofrecer mejores condiciones y atractivos para el turista.

Limitaciones

Con este proyecto se pretendió cumplir con la fase de creación un Plan de Sensibilización Turística; su implementación queda a criterio de los diferentes entes encargados.

El proyecto es válido en la región seleccionada debido a que su elaboración es en base a los resultados de la investigación.

El proceso puede verse interrumpido por la dificultad para obtener autorización por parte de las escuelas para encuestar a los alumnos.

Se trabajó con una muestra representativa debido a la imposibilidad de visitar todas las escuelas de la región seleccionada.

CAPITULO II

2. Marco teórico conceptual de referencia

Fundamentación teórica sobre el Plan de Sensibilización Turística como propuesta para contribuir en el desarrollo turístico de los municipios de San Luis La Herradura, El Salvador y La Ceiba, Honduras.

Objetivo General del Estudio

Elaborar un Plan de Sensibilización Turística en los Centros Educativos Públicos de San Luis La Herradura, El Salvador y La Ceiba, Honduras, para concientizar a los alumnos de Bachillerato sobre las oportunidades que el Turismo brinda para el desarrollo local.

Objetivos Específicos del Estudio

Analizar la situación actual del conocimiento turístico de los alumnos en bachillerato de La Ceiba, Honduras y San Luis La Herradura, El Salvador.

Realizar una investigación de campo aplicada a los alumnos en bachillerato de La Ceiba, Honduras y San Luis La Herradura, El Salvador para establecer el grado de interés en la actividad turística para el desarrollo de su comunidad.

Evaluar la información recolectada para determinar estrategias y acciones de comunicación necesarias para la sensibilización turística de los alumnos en bachillerato de La Ceiba, Honduras y San Luis La Herradura, El Salvador.

Elaborar una propuesta de un plan de sensibilización turística para los alumnos en bachillerato de La Ceiba, Honduras y San Luis La Herradura, El Salvador.

2.1. Marco Histórico

2.1.1. Datos Relativos de las ciudades

San Luis La Herradura de El Salvador

El 26 de Octubre de 1986: El Cantón de San Luís La Herradura obtiene el Título de Pueblo, por decreto legislativo numero 243 de la Asamblea Legislativa; dejando así de ser Cantón de Zacatecoluca y pasar a ser el Municipio N° 22 del Departamento de La Paz.

Gracias al arduo desempeño de la población en general y el deseo de seguir desarrollando el municipio, el 26 de Octubre de 2001 fue otorgado el Título de Villa de San Luis La Herradura, abriendo así emprendedoras oportunidades como una nueva entidad en la sociedad.

El Municipio de San Luís La Herradura es llamada también como “La Capital del Turismo en el Pacífico”. La economía de San Luís La Herradura se fundamenta en las actividades agropecuarias. Destacan en primer lugar los cultivos de algodón, caña de azúcar, yuca, mangle, palmera, frutas tropicales, cítricos y hortalizas, junto con la cría de ganado vacuno y porcino y aves de corral. Se dedican a la pesca artesanal, a trabajar en la Zona Franca El Pedregal, y al turismo especialmente en el

litoral marino, donde se localizan los complejos recreativos Costa del Sol y playa de La Zunganera.¹

La actividad industrial, que se desarrolla, se basa en la producción de derivados agropecuarios, sobre todo de lácteos, refino de azúcar y manufactura de implementos agrícolas, exportación del mangle, artesanías (sobre todo alfarería, dada la gran calidad de la arcilla rojiza que proporciona el suelo local).

También son muy importantes para la economía de este municipio, el aeropuerto Internacional El Salvador.

Datos Estadísticos de Demanda, San Luis La Herradura

La Corporación Salvadoreña de Turismo, es la encargada de llevar los datos estadísticos de Turismo en nuestro país, dicha información se maneja de manera generalizada al momento del ingreso y salida de los turistas o visitantes, por lo que no se cuentan con estadísticas de demandas específicas por destino, para el caso de San Luis la Herradura, se puede considerar el dato estadístico que se maneja como lugares visitados durante su estadía en El Salvador.

Para dicho dato en el 2010, como lugares visitados se encuentran Sitios Arqueológicos, Parques Nacionales, Parque de Diversiones, Playas o Lagos, Sitios Culturales, Departamentos y Ciudades, siendo los resultados para los residentes de Guatemala el mayor lugar visitado playa con un 40%, Honduras el mayor lugar visitado playas con un 52%, Nicaragua también dio como resultado el lugar más visitado playas con un 67%. Ver Anexo 1.

Por lo que podemos concluir, que si bien no se cuenta con datos específicos de demanda del destino San Luis La Herradura, si se puede aseverar que los lugares más visitados por los turista al menos a nivel regional son las playas y una de ellas

¹ ¹ Información obtenida por la Alcaldía Municipal de San Luis Talpa, como Órgano Ejecutivo Municipal. <http://www.seguridad.gob.sv/observatorio/Iniciativas%20Locales/WEB/La%20Paz/snluislaherradura.htm> página web consultada el 25 de mayo de 2011.

es la costa del sol perteneciente a este municipio por ser una de las playas más desarrolladas del país.

La Ceiba de Honduras

Catalogada por muchos como 'la Novia de Honduras', La Ceiba es una ciudad que ofrece hospitalidad y un ambiente agradable a sus visitantes así como una variedad de atractivos naturales. Está rodeada de montañas con una riqueza natural impresionante cuyos habitantes han sabido explotar ofreciendo al turista actividades de senderismo, canoping, rafting, observación de aves, etc. Al norte, una extensa costa playera (Mar Cariba) ofreciendo snorkeling, kayaking, buceo, etc.

Su ubicación geográfica y fácil acceso (aéreo, terrestre y marítimo) han hecho de ella una ciudad con mucho movimiento turístico. El Aeropuerto Golosón se encuentra a escasos minutos de la ciudad y ofrece vuelos nacionales e internacionales. La Ceiba es también el segundo puerto más importante de Honduras. Este último es un factor que contribuye al turismo en la ciudad ofreciendo el único punto de embarque hacia las conocidas Islas de la Bahía. En las épocas de Semana Santa y Carnaval, celebrado en honor al patrón San Isidro, es visitada por miles de turistas nacionales y extranjeros.

Tiene el índice de alfabetismo más alto del país y gran parte de su población es bilingüe; algunos grupos hablan inglés o garinagu, la lengua garífuna. La educación en La Ceiba cuenta con escuelas públicas y privadas. La mayoría de las escuelas privadas ofrecen educación bilingüe (inglés-español) e incluso trilingüe (inglés-español-francés). A nivel universitario, en los últimos 10 años la ciudad ha crecido contando con un centro público y tres privados cuando en décadas pasadas solo contaba con un centro público.

Datos Estadísticos de Demanda de la Ceiba

El Instituto Hondureño de Turismo y la Cámara Nacional de Turismo, presentan año con año datos estadísticos que reflejan cuales ciudades y atractivos turísticos son mas visitados. Las prioridades en la Estrategia Nacional de Turismo y el Plan de Nación son los atractivos turísticos de sol y playa y para el año 2012 el enfoque será el Caribe Esmeralda, donde se encuentra el municipio de La Ceiba.

Para el año 2010, las estadísticas confirman el posicionamiento de La Ceiba como una de las ciudades mas visitadas por turistas; quedando en 3er lugar en ocupación hotelera después de Tegucigalpa y San Pedro Sula. Ver Anexo 1

2.1.2. Aspectos Culturales

San Luis La Herradura de El Salvador

San Luis La Herradura, posee una cultura poco desarrollada que los identifique pero ofrece una costa agradable de grandes contrastes de ciudad, selva, volcanes y playas interminables, paisajes diversos, vida silvestre entre otras, existe mucho por conocer. Cuenta con el estero de Jaltepeque, donde se puede gozar de paseos en lancha por toda la costa, teniendo un acercamiento con la naturaleza, también disfrutar de paseos acuáticos.

El municipio cuenta con una alcaldía, una unidad de salud, 22 escuelas, 2 institutos (en la zona urbana y otro en la zona rural), aproximadamente 20 iglesias católicas entre cantones y caseríos, 25 evangélicas, los servicios básicos son: agua, energía eléctrica (excepto en la Isla Tasajera), teléfono, internet, correo, 2 puestos de policía, 1 juzgado de paz, 1 agencia del sector agrícola del MAG, 2 instituciones de apoyo:

APRODENI, AID, 8 grupos de autoayuda, 3 en el área urbana y 5 en el área rural. Existe la Cruz Roja Americana, la cuál trabaja en la borda del río Viejo.²

En cuanto a la diversión o lugares en los que se utiliza el tiempo de una manera planeada para el refresco terapéutico del propio cuerpo o mente, existen: 22 canchas deportivas, 1 casa de la cultura, 1 parque, clubes privados, ríos, 1 cerro llamado El Aguaje el cuál está como reserva natural; también cuenta con las playas de Costa del Sol, Los Blancos y El Zapote, Bocana El Cordoncillo y Estero Jaltepeque. Todos estos son los atractivos turísticos.

La Ceiba de Honduras

La actividad cultural en La Ceiba es muy baja, a pesar de ser la ciudad con el nivel más alto de alfabetismo; la población ha crecido con poco conocimiento de su propia cultura. Los centros educativos e instituciones gubernamentales de años anteriores han fallado en su deber de culturizar a la población, siendo responsables de una cultura local que poco a poco va desvaneciéndose.

Aun así, la ciudad cuenta con una cantidad considerable de escritores, poetas pintores y cantantes. Estos, con deseos de lograr una La Ceiba interesada en la cultura, ofrecen conciertos y exposiciones, eventos que en los últimos años han tenido mayor afluencia. Muchas escuelas y empresarios se han unido a la causa de lograr una Casa de la Cultura en La Ceiba. Sin embargo, para lograrlo faltan muchas actitudes y comportamientos que modificar de la población local.

Todo lo contrario sucede con la Comunidad Garífuna, distribuida en La Ceiba y comunidades aledañas. En 1992 formaron ODECO (Organización de Desarrollo Étnico Comunitario), una organización no gubernamental que lucha por el desarrollo

² Datos obtenidos por la página web de turismo de San Luís La Herradura. http://yalyhernandez.blogspot.com/2010_11_01_archive.html pagina web consultada el 25 de mayo de 2011.

integral de sus comunidades velando por sus derechos económicos, políticos, sociales, culturales y ambientales³. Debido a su creación han logrado mantener la cultura viva, educando a sus hijos para no perder su cultura. Conservan su lengua, bailes, y gastronomía transmitiéndola a la población en general. La manifestación cultural más reconocida a nivel mundial es la del baile de punta, el cual sirve en muchas ocasiones como identificador no solo para los garífunas sino para el país entero.

2.1.3. Ubicación Geográfica

San Luis la Herradura de EL Salvador

- Extensión territorial: 104.39 km².
- Área Urbana 0.82 km²
- Área Rural 131.88 km²
- Límites Geográficos: al Norte con Santiago Nonualco y Zacatecoluca; al Oeste con Santiago Nonualco; al Sur con el Océano Pacífico; y al Este con Zacatecoluca.
- Población es de 32,327 habitantes, de los cuales 15,671 son hombres (48.48%), y 16,656 son mujeres (51.52%); del total de la población 18,430 es población urbana, mientras que 13,894 son población rural.
- Departamento de La Paz.
- Origen precolombino

El acceso a este municipio es por la Carretera de El Litoral a la altura del desvío de la Costa del Sol, sus calles son de asfalto las cuales se encuentran en regular estado, este municipio posee un total de diez cantones.

³ ODECO. <http://odecohn.blogspot.com/>

La Ceiba de Honduras

- Extensión Territorial 639.45 Km²
- Área Urbana 73.22 Km² (7,322 Has).
- Área Rural 566.23 Km²
- Ubicación geográfica: 15o 32' 34" de Latitud Norte 86o 53' 17" de Longitud Oeste.
- Límites geográficos:
 - Al Norte : Con el Mar Caribe o de Las Antillas
 - Al Sur: Con Municipio de Olanchito (Depto. de Yoro).
 - Al Este: Con Municipio de Jutiapa (Depto. de Atlántida).
 - Al Oeste: Con Municipio de El Porvenir (Depto. de Atlántida).

2.1.4. Costumbres y Tradiciones

San Luis la Herradura de El Salvador

Las fiestas patronales son en honor a San Luís Gonzaga y se celebran del 18 al 28 de febrero. La agenda de la celebración popular, incluye la representación de números folclóricos como la Danza del Tigre y el Venado y diferentes festivales. Los responsables de la fiesta montan, asimismo, la exposición y venta de artesanías, además de quiebra de piñatas. También la coronación de las reina de las fiestas de San Luís La Herradura es una de las tradiciones mas importantes.⁴

Durante los festejos, la comuna proporciona el vestuario de los payasos, máscaras, y dulces para el desfile del Correo, que es acompañado por una banda.

⁴ Información consultada en el Ministerio de Turismo a través de la pagina web <http://www.elsalvador.travel/san-luis-la-herradura> el 25 de mayo de 2011.

Muchos turistas nacionales y extranjeros aprovechan las fiestas patronales para darse cita en este municipio, especialmente en el muelle del Estero de Jaltepeque. Ahí pasean por El Cordoncillo, Guadalupe, La Zorra y Tasajera.

La Ceiba de Honduras

Una de las tradiciones más fuertes de La Ceiba (incluso de Honduras) es la feria patronal a San Isidro Labrador, celebrada en el mes de Mayo. Feligreses católicos rinden tributo a su patrón y desfilan por las calles de la ciudad portando antorchas y cantando cánticos religiosos como petición por la mejora de la actividad agrícola. Una vez finalizado el recorrido, el evento inicia en El Jacal donde se lleva a cabo una misa de acción de gracias y presentaciones artísticas. Alumnos de las diferentes escuelas participan con danzas folklóricas, danzas garífunas y canciones.

Este evento es seguido por una semana de carnavales en los distintos barrios y colonias de la ciudad para culminar con el ya reconocido Gran Carnaval Internacional de la Amistad. Se celebra cada tercer sábado de mayo, por la tarde con un desfile de carrozas, comparsas, caballistas con participaciones locales y extranjeras, y por la noche con una gran fiesta en toda la calle principal (Avenida San Isidro) amenizada con grupos musicales de diferentes partes del país.

El día 3 de febrero es feriado nacional consagrado a la Virgen de Suyapa, patrona de Honduras. En este día, los católicos en las diferentes ciudades de Honduras (incluyendo La Ceiba) acostumbran hacer una vigilia a la Virgen de Suyapa para agradecerle y pedir por los favores necesarios.

La etnia Garífuna es la mayor manifestante de sus costumbres y tradiciones a lo largo de la costa atlántica, principalmente la música con tambores y maracas. Otra costumbre, heredada por sus ancestros arawak, es como hacer casabe (pan de

yuca). La historia garífuna, por su descendencia africana, está llena de leyendas y creencias. Siguen ritos para obtener pescado de los espíritus del mar, cultos ancestral cuyos ritos están a cargo de curanderos, entre otros. Los sueños, entre los garífunas, son valorados como fuentes de sabiduría profética y como un medio para comunicarse con los muertos a través de quienes los ancestros dan a conocer su voluntad a sus descendientes.

2.2. Marco Teórico de Referencia

2.2.1. Aspectos Generales de Turismo

2.2.1.1. . Definiciones

Turismo

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, por negocios y otros motivos”.

El Turismo se realiza, dependiendo de las causas de motivación por parte de los individuos, que normalmente va enfocado a satisfacer las necesidades de consumo de sus deseos de recreación y/u ocio.

El Turismo está integrado por múltiples servicios directos e indirectos brindados por personas dedicadas exclusivamente a brindar esos servicios o los proporcionan de manera secundaria, como por ejemplo: hospedaje, alimentación, transporte, telecomunicación, etc.

Se considera que el Turismo, nació en el siglo XIX, como uno de los resultados de la Revolución Industrial, ya que influyó en que muchas personas se movilizarán por

motivos de descanso, motivos sociales o culturales, antes de dicha Revolución los viajes no se consideraban de ocio, sino que estaban enfocados principalmente por motivos de comercio, migratorios, conquistas o guerras. Hoy en la actualidad el Turismo, se ha convertido en una de las principales industrias a nivel mundial.

Turismo Interno

Es el Turismo que realizan las personas residentes, en el territorio de su país o región determinada. Este Turismo, se caracteriza principalmente porque los turistas no salen de su territorio nacional, sino que lo realizan en diferentes zonas de su actual residencial, la estancia normalmente es por horas o se limita de uno a dos días.

Importancia del Turismo Interno

La importancia del Turismo Interno, radica principalmente en que los residentes de un país realizan sus actividades de ocio y recreación dentro del territorio nacional, logrando un aumento en el número de visitas a los destinos turísticos, lo que da como resultado que el gasto generado por dichas visitas queda en el país, coadyuvando al desarrollo económico del mismo.

A la vez, que los habitantes del país tienen la oportunidad de conocer su propio patrimonio, cultura, recursos, etc. con lo que se logra que las personas se vuelvan promotoras de su propio país y que en sus vacaciones decidan quedarse dentro de su territorio

Turismo Local

El Turismo Local, está íntimamente relacionado con el Interno, pues se puede llegar a considerar como una parte del mismo, ya que el Turismo Local, es aquel que los habitantes de un lugar, ciudad o destino determinado realizan dentro de su mismo entorno.

Oferta Turística

Está integrada por los elementos que atraen al turista a un destino determinado y satisfacen todas sus necesidades, así podríamos indicar como componentes de la oferta los recursos turísticos, la planta turística (conjunto de empresas relacionadas con el sector), las infraestructuras y transportes y los elementos institucionales sobre los que se desarrolla.

Demanda Turística

La componen los visitantes (que incluyen turistas y excursionistas), y se ve afectada por factores internos a la demanda, como las motivaciones que animan a viajar; externos, como las mejoras económicas, los cambios demográficos y sociales, la mejora tecnológica, factores políticos, de planificación y ecológicos, seguridad, etc.; y finalmente factores propios del mercado (derivados de su relación con la Oferta), como el conocimiento de la oferta, desarrollo de productos turísticos.

Destino Turístico

Área Geográfica donde se concentran instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas o visitantes que llegan a dichos lugares. Pueden considerarse como destino un país, región, ciudad o un lugar concreto.

Atractivo Turístico

Forma parte del Destino Turístico y es el lugar, zona o acontecimiento de interés turístico por el cual lleva a los turistas o visitantes a seleccionarlo como su destino de ocio y diversión.

Promoción Turística

Es aquella actividad a través de la cual se promociona integral y competitivamente a un destino o región determinada con sus productos y destinos en los mercados nacionales e internacionales; estableciéndose acciones y herramientas para incentivar y fortalecer el desarrollo del desplazamiento turístico hacia el mismo.

El objetivo principal de la promoción turística es, lograr un incremento en la intención de viaje hacia el país o región, mejorando la oferta y demanda; a la vez Orientar la promoción con referencia en la demanda de los segmentos de mercado con más rentabilidad, Diversificar la oferta turística, Desconcentrar geográficamente los flujos turísticos y Concienciar en el tema de importancia de la actividad y servicios turísticos de calidad de los destinos.

Cultura de Servicio

La formación que permite mejorar el desempeño de las funciones y tomar conciencia de la responsabilidad como agente de calidad del servicio que se ofrece.

Cultura/Conciencia Turística

Conjunto de actitudes y comportamientos de los habitantes de un lugar turístico, que humanizan la recepción de turistas a través de la hospitalidad y comprensión.

Se compone de conocimientos, valores y actitudes que las personas deben de poseer para convertir al turismo, en una actividad económica sustentable.

Conocimientos para brindar la diversidad de servicios de manera correcta, tales como: históricos y geográficos, recursos, factores y repercusiones del turismo, características de la localidad en la cual viven, técnicas y métodos de administración y operación de los servicios turísticos.

Valores basados en principios éticos y morales que motivarán interiormente el brindar servicios con calidez.

Actitudes que son la puesta en prácticas de la Cultura Turística, como amabilidad, cortesía, eficiencia, disposición, profesionalismo, etc.; aquellas actitudes que al ponerlas en práctica no solo se logra la satisfacción del cliente en los servicios y/o productos, sino a la vez un plus en el mismo, el superar las expectativas de los visitantes a la localidad.

Cultura Ambiental

Se puede entender como Cultural Ambiental al proceso para reconocer valores y conceptos con el objeto de fomentar actitudes y aptitudes mínimas para entender y apreciar las relaciones entre el hombre, su cultura y su medio ambiente.

A través de esta Cultura, se busca que los habitantes de una determinada zona, conozcan la importancia de la conservación del medio ambiente en el presente y futuro, y esto se logrará a través de un proceso de concientización; conocer que es el medio ambiente y lograr que se identifiquen con la protección y conservación del mismo y finalmente lograr que sean actores activos en la lucha contra la contaminación, deforestación, etc.

Desarrollo Local

Proceso de transformación de la economía y sociedad de una localidad, orientado a superar los problemas y retos existentes, mejorando las condiciones de vida de sus habitantes a través de una acción decidida entre los actores locales, públicos y privados, para un aprovechamiento efectivo y eficiente de los recursos económicos y sociales que la localidad posee y fomentando una cultura turística empresarial local.

Comunicación

“Proceso de interacción social a través de signos y sistemas de signos que surgen como producto de la actividad humana. Los hombres en el proceso de comunicación expresan sus necesidades, aspiraciones, criterios, emociones”.⁵

Medio por el cual la organización creadora del producto turístico le da a conocer la disponibilidad de su producto al potencial cliente y por lo que la base de la comunicación es lograr el posicionamiento idóneo en la mente del consumidor.

⁵ Concepto consultado en el folleto de la Unidad número 4 “La Comercialización del Valor: La Comunicación”, del Módulo 5 “Marketing Turístico” del Postgrado Especialista en Planificación Estratégica en Turismo CCT/SITCA”

Dentro de algunos tipos de comunicación tenemos la visual, escrita, oral, etc. Para promocionar un destino y/o producto turístico estos tres tipos de comunicación son idóneos para ser utilizados en las diferentes etapas de promoción.

Dentro de la promoción turística, pueden utilizarse diversos Planes, entre ellos el de Sensibilización y el cual puede estar compuesto por comunicación escrita, oral y visual.

En un Plan de Sensibilización, pueden identificarse estrategias de comunicación para lograr el objetivo deseado, de manera escrita pueden utilizarse brochures informativos, guías, mapas, folletos con información general del destino o producto, etc.

De manera visual pueden crearse, videos sobre el destino o producto, documentales sobre la historia, anuncios publicitarios, etc. Y de manera auditiva, a través de anuncios, capsulas informativas sobre el destino o producto, etc.

Lo importante en la comunicación, es lograr identificar de lo que se desea y como se va a realizar que es cuando se crea un Plan de Sensibilización o Concientización, el cual luego de diagnosticar las debilidades de lo que se desea promocionar, se identifican las acciones a ejecutar para lograr que se ha propuesto.

Principios que deben considerarse al momento de realizar una comunicación de los productos turísticos:

- | | |
|-------------------|--------------------|
| 1. Existencia | 5. Coherencia |
| 2. Continuidad | 6. Flexibilidad |
| 3. Identificación | 7. Aceptabilidad |
| 4. Claridad | 8. Emprendedurismo |

Índice de Competitividad en Viajes y Turismo

Índice de Competitividad Turística, elaborado cada año por el World Economic Forum, es un estudio comparativo que analiza y clasifica la capacidad de 130 países del mundo para explotar sus recursos de turismo (Ver Anexo 2).

Dicho Estudio toma en cuenta 3 pilares, divididos en 14 sub-índices:

Pilares por Sub-índices		
Marco regulador	Ambiente de negocios e infraestructura	Recursos humanos, culturales y naturales
Políticas y regulaciones	Infraestructura del transporte aéreo	Recursos humanos
Sostenibilidad ambiental	Infraestructura de transporte terrestre	Afinidad por el turismo
Seguridad ciudadana	Infraestructura de turismo	Recursos naturales
Salud e higiene	Infraestructura informática y de comunicaciones	Recursos culturales
Prioridad para el sector viajes y turismo	Competitividad del precio en el sector	

2.2.2. Tipos de Turismo

Turismo Cultural

Se considera como Turismo Cultural, aquel que está motivado por conocer, experimentar, comprender y disfrutar de los distintivos espirituales, materiales, intelectuales y afectivos; es decir sus costumbres, tradiciones e infraestructura, que son característicos de un grupo social o sociedad de un lugar determinado.

El Turismo Cultural, no se refiere únicamente a los sitios o monumentos, sino que está íntimamente relacionado a los estilos de vida de los habitantes, estos son solamente resultados de los procesos que han realizado los habitantes con el transcurso del tiempo.

Turismo Sol y Playa

Tipo de turismo, que se da en localidades costeras en las que existen playas, y la mayoría de tiempo, las condiciones climáticas son de tiempo soleado y temperaturas suaves. En ellas suele haber gran cantidad de hoteles y actividades para ocio y tiempo libre. Durante el día se suele acudir a las playas donde se toma el sol y por la noche se realizan diferentes actividades en los hoteles o zonas de esparcimiento.

Turismo de Aventura

Es aquel Turismo en que las personas desean realizar actividades recreativas relacionadas a desafíos impuestos por la naturaleza. Está integrado por diversas actividades conforme al espacio natural donde se desarrollan.

Los espacios naturales donde se puede realizar este tipo de turismo son: Tierra, Agua y Aire. Entre las actividades que se realizan en

- el espacio natural de tierra, tenemos: Ciclismo de Montaña, Caminata, Alpinismo, Rappel, Cabalgatas, Escaladas de Rocas, etc.
- en el espacio de agua son: Buceo, Descensos de Ríos, Kayaquismo, Etc.
- en el espacio de aire que se puede realizar, podemos mencionar: Vuelo en globo, Vuelo en Parapente, Paracaidismo.

No está de más el mencionar, que este tipo de Turismo, no es apto para todas las personas, por lo cual antes de realizar cualquier tipo de estas actividades es necesario el informarse de la forma en como realizarlas y los riesgos y cuidados de los mismos.

Turismo Rural

Es aquella actividad turística que se realiza en un espacio rural determinado, principalmente con espacios y población relativamente pequeños, ubicadas normalmente cerca de las ciudades y que tiene como finalidad un acercamiento entre los visitantes y los habitantes campesinos del mismo.

Las actividades que se realizan van enfocadas a disfrutar el medio ambiente y conocer y/o practicar las labores de campo que los lugareños realizan para su subsistencia diaria; De esta forma las comunidades receptoras dan a conocer su modo o estilo de vida y se benefician al recibir ingresos generados de ésta actividad turística.

Turismo de Salud

Es aquel Turismo que realizan las personas para desplazarse a lugares que brindan posibilidades de diversiones sanas, educacionales, recreativas y que a la vez aportan para el cuidado de su salud.

Con este tipo de turismo los turistas buscan climas y ecosistemas que proporcionan beneficios para su salud, los cuales en sus lugares de residencia no los pueden obtener. Entre los beneficios podemos mencionar, viajes para mejorar la salud, curar padecimientos crónicos, controles de peso, combatir sus adicciones, relajación, etc.

Este Tipo de Turismo, posee como características:

- Personas que viajan a un país distinto del de su residencia
- Se realizan procedimientos médicos variados, dependiendo del tipo de tratamiento que se requiera
- Precio bajo en los costos de los servicios médicos, en comparación con los de su país de origen

- Se realizan actividades turísticas complementarias en el tiempo libre.

Turismo de Cruceros

Turismo que se caracteriza, por llevarse a cabo en un buque, que en su interior posee diversidad de servicios y actividades para realizarse durante el tiempo de trayecto del viaje. Principalmente el objetivo por el que se realiza este tipo de Turismo no es por el destino, sino por el trayecto en sí, estar a bordo del crucero, por tal razón los trayectos son en su mayoría largo con múltiples opciones de desembarcar en diferentes destinos durante el trayecto.

Entre sus ventajas se pueden considerar principalmente la de relajación, actividades de carácter lúdico y conocer diversidad de destino.

Turismo de Negocios y Convenciones

Turismo que es realizado específicamente por la persona que la finalidad de su viaje es por algún tipo de negocio o actividades profesionales y/o mercantiles y que a la vez aprovecha para disfrutar de las actividades recreativas que el destino que visita le ofrece como cultura, gastronomía, playa, montañas, etc.

2.2.2.1. Tipos de Turismo en los municipios de enfoque

Ecoturismo

Turismo de base ecológica. 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 (OMT, 1996).

Agroturismo o Turismo de Granja

Es un segmento del turismo rural, realizándose "en explotaciones agrarias (Granjas o plantaciones) que complementan sus ingresos con alguna forma de turismo, facilitando por lo general, alojamientos, comidas y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios" (OMT, 1996, p. 86).

Turismo de Aventura

Según la OMT (1996: 85) el Turismo de Aventura corresponde a "actividades turísticas que introducen un elemento de dificultad física y, en ocasiones, entrañan verdadero riesgo". Entre las actividades se encuentran por ejemplo: descenso de cursos de agua en balsas; Montañismo; pesca deportiva; caminatas en la naturaleza; etc.

Turismo Deportivo

El turismo deportivo congrega a grandes cantidades de personas en una ciudad o comuna (deportistas activos; organizadores; espectadores; etc.) por períodos de tiempo que pueden ir desde algunos días (Campeonato nacional o regional de esquí o de fútbol) hasta varias semanas (olimpiadas y los mundiales de fútbol), los que además de participar en los eventos deportivos aprovechan la ocasión para hacer turismo.

2.2.4. Clases de Turistas

Turista Nacional

Toda persona que permanece al menos una noche fuera de su lugar habitual de residencia y que realiza actividad turística dentro del interior de su país.

Turista Extranjero

Persona que realiza cualquier tipo de actividad turística fuera de su territorio de residencia y al menos pernocta (duerme) una noche fuera de su país.

2.2.5. Actividades Económicas Turísticas que pueden realizar dentro del Municipio

Alojamiento

Servicio de hospedaje que es brindado con o sin prestaciones complementarias que tiene como finalidad el brindar un espacio cómodo de reposo para que las personas puedan pernoctar. Entre los Tipos de Alojamientos tenemos: Hoteles, Hostales, Moteles, etc.

Restaurante

Establecimiento en el cual se provee a las personas de alimentos de diverso tipo. Siempre se otorga a los clientes a cambio de un pago y normalmente se especializan en algún tipo de comida específica de alguna localidad o región.

Artesanías

Son los trabajos realizados de forma manual por las personas, sin ayuda de algún tipo de industria, las cuales se caracterizan por ser distintivas de un lugar o región determinada.

Medios de Transporte Turístico

Son los servicios que ciertas empresas brindan, las cuales poseen una infraestructura y bienes muebles, para transportar a personas, equipajes y mercancías de un lugar a otro. Los transportes turísticos pueden ser terrestres, marítimos y aéreos.

Los medios transportes son clasificados por una gran diversidad de criterios, como son los costos, rapidez, comodidad, capacidad, disponibilidad, frecuencia, entre otras.

2.2.6. Beneficios a nivel local del Turismo

Beneficios Económicos

- Generación de ingresos, contribución al PIB, creación de empleo (directo e indirecto), distribución de la renta, desarrollo de otros sectores, proporciona nuevas zonas de ocio.
- Creación de infraestructura para satisfacer las necesidades de los visitantes.

- Se logra un financiamiento para la mejora de las infraestructuras utilizadas por los turistas y residentes.

Beneficios Sociales

- El desarrollo del turismo puede influir sobre la estructura de las sociedades anfitrionas, generando o incrementando la diferenciación social.
- Establecimientos de estándares de calidad para los diversos sectores, para lograr una superación en las expectativas de los clientes.
- Posicionamiento del Municipio a nivel nacional como un destino turístico.
- Lograr una vinculación estrecha entre los ciudadanos y los visitantes.

Beneficios Medioambientales

- Contribuye al reforzamiento de la identidad local, relacionados a los beneficios de los conocimientos.
- Se logra una conciencia de conservación en los ciudadanos, de los recursos naturales.
- Creación de políticas gubernamentales para la conservación de los recursos culturales y naturales.

2.3. Marco Legal de Referencia

2.3.1. El Salvador

2.3.1.1. Ley de Turismo

La Ley de Turismo⁶ de El Salvador, tiene como objeto el fomentar, promover y regular la industria y los servicios turísticos del país, prestados por personas naturales o jurídicas sean nacionales o extranjeras.

Da facultad a la Secretaría de Estado, de ser el organismo rector a nivel nacional de la industria turística, correspondiéndole determinar y velar por el cumplimiento de la Política y Plan Nacional de Turismo.

Registro Nacional de Turismo

A través de esta Ley, se crea el Registro Nacional de Turismo, dependiente de la Corporación Salvadoreña de Turismo y el cual ejercerá su administración y control, y en el que las personas y/o empresas dedicadas a la actividad turística podrán inscribirse y gozarán de los beneficios e incentivos que confiere dicha Ley.

Beneficios generales para las empresas inscritas al Registro:

a) Inclusión en el catálogo de la oferta turística de El Salvador que al efecto prepare CORSATUR.

⁶ Decreto Legislativo número 899, creado el 15 de diciembre de 2005, y publicado en el Diario Oficial número 237 tomo 369 el 20 de diciembre de 2005.

- 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.

Ingresos para la Promoción Turística

La Ley establece una contribución especial, que tiene dos hechos generados que son:

- Pago de alojamiento del 5% aplicado sobre la base del precio diario, en cualquier establecimiento que preste dicho servicio
- En concepto de salida por vía aérea del territorio nacional, se cancelará \$7.00 por persona.

2.3.1.2. Ley de la Corporación Salvadoreña de Turismo⁷

A partir de esta Ley se crea un ente cuyo objetivo sea principalmente la promoción de los sitios más atractivos del país, fomentando la inversión extranjera y nacional, coadyuvando así con las políticas ambientales del Gobierno de la República.

⁷ Decreto Legislativo número 779, creado el 25 de julio de 1996 y publicado en el Diario Oficial número 156 tomo 332 el 23 de agosto de 1996.

Finalidades de la Corporación Salvadoreña de Turismo

- a) La promoción de los atractivos turísticos de nuestro país en el extranjero;
- b) Llevar el Registro Nacional de Turismo, tanto de titulares de empresas turísticas como de los incentivos legales otorgados a dichas empresas. En dicho registro se harán todas las anotaciones especiales que dispongan las leyes aplicables. Como actividad complementaria a dicho registro, la Corporación impulsará, coordinará y realizará un programa de identificación, clasificación, categorización, calificación y certificación de las Empresas Turísticas, con la colaboración de organismos, entidades o personas especializados en el tema;
- c) Llevar un censo estadístico actualizado, conteniendo información sobre el inventario de atractivos e infraestructura nacional de la actividad turística y otra información de interés sobre el turismo interno e internacional. Asimismo, y para efectos de divulgación, realizar una publicación anual de un catálogo de oferta turística del país, conteniendo el nombre de las personas o empresas, dirección, medios de contacto y la oferta de servicios que presta. Además realizar todas aquellas actividades que considere necesarias para promover el turismo nacional;
- d) Promover la privatización de las empresas y bienes inmuebles que se le adjudiquen por Ministerio de Ley, donación o cualquier otro medio lícito, cuando ello fuere de beneficio para nuestro país; y,
- e) Fomentar la integración y funcionamiento de comités de desarrollo turístico, regionales, departamentales y municipales; los cargos asignados en dichos comités serán de carácter ad-honorem. El Reglamento de esta Ley regulará la constitución y operación de dichos comités.

2.3.1.3. Ley del Instituto Salvadoreño de Turismo⁸

A través de esta Ley se crea el Instituto Salvadoreño de Turismo, como una entidad de utilidad pública, que tendrá como finalidad la administración de los Centros Recreativos de su propiedad, así como de los inmuebles e instalaciones que le han sido asignados conforme a las leyes; además, tendrá a su cargo la promoción y estímulo de la recreación familiar y excursionismo, en lo que se refiere a la atracción de visitantes hacia dichos Centros coordinación de medios de transporte accesibles y otras establecidas en la ley.

Para satisfacer en forma integral las necesidades recreativas de la población, el Instituto promoverá la participación de las municipalidades, entidades públicas o privadas, nacionales o extranjeras, siendo sus principales funciones:

- a) Promover y ejecutar la Política y el Plan Nacional de Recreación Familiar y Social.
- b) Planificar y desarrollar los programas de recreación familiar y social.
- c) Crear las condiciones óptimas de recreación y esparcimiento.
- d) Coordinar la capacitación y asistencia técnica para el desarrollo de los programas y proyectos de recreación familiar y social.
- e) Establecer mecanismos de información y divulgación sobre los servicios que el Instituto proporciona.
- f) Generar, gestionar y optimizar los fondos necesarios para su funcionamiento y desarrollo.

⁸ Decreto Ley número 469, creado el 13 de diciembre de 1961 y publicado en el Diario Oficial número 235 tomo 193 el 21 de diciembre de 1961.

g) Promover la creación de nuevos centros de recreación familiar y social, construcción de obras nuevas, ampliación, reconstrucción, y mantenimiento de las existentes.

h) Gestionar fondos, asistencia técnica y operaciones de crédito público con organismos públicos o privados, nacionales o extranjeros, para el logro de sus objetivos, de conformidad a lo estipulado en la Ley Orgánica de Administración Financiera del Estado, que en adelante se denominará Ley AFI y su reglamento.

i) Organizar y auspiciar eventos recreativos y demás actividades que contribuyan al incremento y desarrollo de la recreación familiar y social.

j) Administrar los centros recreativos de su propiedad así como de los inmuebles e instalaciones que le sean asignados por ministerio de Ley.

k) Respetar los contratos de ventas, servicios, arrendamientos u otros, amparados en los contratos vigentes siempre y cuando cumplan con las condiciones establecidas en los mismos.

l) Garantizar la preservación del Medio Ambiente respetando las leyes, Convenios Internacionales y Protocolos en dicha materia, así como la propiedad estatal de los recursos naturales.

m) Las demás que sean necesarias para el cumplimiento de sus objetivos.

2.3.1.4. Ley del Medio Ambiente⁹

Decretada el 8 de febrero de 2007. Tiene por objetivo desarrollar las disposiciones de la Constitución de la República, que se refiere a la protección, conservación y recuperación del medio ambiente; el uso sostenible de los recursos naturales que permitan mejorar la calidad de vida de las presentes y futuras generaciones; así como también, normar la gestión ambiental, pública y privada y la protección ambiental como obligación básica del Estado, los municipios y los habitantes en general; y asegurar la aplicación de los tratados o convenios internacionales celebrados por El Salvador en esta materia.

Principios de la Política Nacional de Medio Ambiente

- a) Todos los habitantes tienen derecho a un medio ambiente sano y ecológicamente equilibrado. Es obligación del Estado tutelar, promover y defender este derecho de forma activa y sistemática, como requisito para asegurar la armonía entre los seres humanos y la naturaleza;
- b) El desarrollo económico y social debe ser compatible y equilibrado con el medio ambiente; tomando en consideración el interés social señalado en el Art. 117 de la Constitución;
- c) Se deberá asegurar el uso sostenible, disponibilidad y calidad de los recursos naturales, como base de un desarrollo sustentable y así mejorar la calidad de vida de la población;
- d) Es responsabilidad de la sociedad en general, del Estado y de toda persona natural y jurídica, reponer o compensar los recursos naturales que utiliza para asegurar su existencia, satisfacer sus necesidades básicas, de crecimiento y

⁹ Decreto Legislativo número 233, creado el 2 de marzo de 1998 y publicado en el Diario Oficial número 79 tomo 339 el 4 de mayo de 1998.

desarrollo, así como enmarcar sus acciones, para atenuar o mitigar su impacto en el medio ambiente; por consiguiente se procurará la eliminación de los patrones de producción y consumo no sostenible; sin defecto de las sanciones a que esta ley diere lugar;

e) En la gestión de protección del medio ambiente, prevalecerá el principio de prevención y precaución;

f) La contaminación del medio ambiente o alguno de sus elementos, que impida o deteriore sus procesos esenciales, conllevará como obligación la restauración o compensación del daño causado debiendo indemnizar al Estado o a cualquier persona natural o jurídica afectada en su caso, conforme a la presente ley;

g) La formulación de la política nacional del medio ambiente, deberá tomar en cuenta las capacidades institucionales del Estado y de las municipalidades, los factores demográficos, los niveles culturales de la población, el grado de contaminación o deterioro de los elementos del ambiente, y la capacidad económica y tecnológica de los sectores productivos del país;

h) La gestión pública del medio ambiente debe ser global y transectorial, compartida por las distintas instituciones del Estado, incluyendo los Municipios y apoyada y complementada por la sociedad civil, de acuerdo a lo establecido por esta ley, sus reglamentos y demás leyes de la materia;

i) En los procesos productivos o de importación de productos deberá incentivarse la eficiencia ecológica, estimulando el uso racional de los factores productivos y desincentivándose la producción innecesaria de desechos sólidos, el uso ineficiente de energía, del recurso hídrico, así como el desperdicio de materias primas o materiales que pueden reciclarse;

- j) En la gestión pública del medio ambiente deberá aplicarse el criterio de efectividad, el cual permite alcanzar los beneficios ambientales al menor costo posible y en el menor plazo, conciliando la necesidad de protección del ambiente con las de crecimiento económico;
- k) Se potencia la obtención del cambio de conducta sobre el castigo con el fin de estimular la creación de una cultura proteccionista del medio ambiente;
- l) Adoptar regulaciones que permitan la obtención de metas encaminadas a mejorar el medio ambiente, propiciando una amplia gama de opciones posibles para su cumplimiento, apoyados por incentivos económicos que estimulen la generación de acciones minimizantes de los efectos negativos al medio ambiente; y
- m) La educación ambiental se orientará a fomentar la cultura ambientalista a fin de concientizar a la población sobre la protección, conservación, preservación y restauración del medio ambiente.

2.3.2. Honduras

2.3.2.1. Ley del Instituto Hondureño de Turismo¹⁰

Decretada en 1993, convirtiéndose en un hecho importante para el turismo hondureño ya que anteriormente el IHT funcionaba como una Dirección General dentro de la Secretaría de Cultura y Turismo.

Entre sus capítulos, se establecen:

¹⁰ Decreto No. 193-93, publicado en el Diario La Gaceta el 14 de Julio de 1993

- objetivos
- responsabilidades
- funciones
- organización
- planificación
- zonas de interés turístico
- Registro Nacional de Turismo
- protección al turista

2.3.2.2. Ley de Incentivos al turismo¹¹

Fue aprobada en 1999, luego que la economía del país fuera afectada por la destrucción ocasionada con el Huracán Mitch. El turismo era una salida viable para recuperar la economía del país. Tiene como objetivo “propiciar el desarrollo de la oferta turística del país, mediante el otorgamiento de incentivos fiscales que viabilicen una mayor participación de la inversión privada nacional y extranjera como una manera de incentivar la inversión turística.”¹²

2.3.2.3. Planeamiento y Desarrollo de las Zonas de Turismo¹³

Ley para la Declaratoria

Decretada en 1980, estableciéndose lo que se denominó “zonas de turismo” a aquellas áreas que merecen ser desarrolladas mediante la actividad del turismo tomando en cuenta sus características naturales, históricas, culturales y típicas.

¹¹ Decreto No. 314-98, publicado en el Diario La Gaceta el 29 de Diciembre de 1998

¹² Artículo 5, Ley de Incentivos al Turismo

¹³ Decreto No. 968, emitido el 14 de Julio de 1980 y publicado en el Diario La Gaceta el 22 de Julio de 1980

2.3.2.4. Ley General del Ambiente¹⁴

Decretada en 1993, establece los criterios que deben orientar las actuaciones públicas o privadas en materia ambiental. Incluye las siguientes regulaciones:

- “Las actividades de los visitantes que ocasionen degradación ambiental o daño a la flora y fauna en las áreas protegidas, será motivo para la cancelación inmediata de licencias a los operadores de ecoturismo...”¹⁵
- “Ninguna autoridad podrá conceder permisos para realizar actividades o proyectos que puedan dañar, destruir, contaminar o aprovechar ilícitamente el medio natural y cultural”¹⁶

2.3.2.5. Estrategia Nacional de Turismo Sostenible

Concebida en el 2005 por la Secretaria de Turismo (SETUR) y el Instituto Hondureño de Turismo (IHT) como instrumento para la ordenación de recursos turísticos, explotación de los mismos y mejora de la calidad de productos y servicios turísticos ofrecidos en el país.¹⁷ Con su implementación se espera que para el año 2021 Honduras de forma sostenible haya desarrollado y diversificado su oferta turística.

2.3.2.6. Instituciones de Turismo en Honduras

Secretaria de Turismo

Es responsable de todo “lo concerniente a la formulación, coordinación, ejecución y evaluación de las políticas relacionadas con el turismo,...desarrollar toda clase de

¹⁴ Decreto No. 104-93, emitido el 27 de mayo de 1993 y publicado en el Diario La Gaceta el 30 de junio de 1993

¹⁵ Ley General de Ambiente, Artículo 73

¹⁶ Ley General de Ambiente, Artículo 74

¹⁷ Estrategia Nacional de Turismo. <http://ents.iht.hn/>

actividades que dentro de su competencia, tiendan a favorecer las inversiones y las corrientes turísticas nacionales y del exterior.”¹⁸

Ante la Secretaría General, se presentan las solicitudes para obtener los beneficios que otorgan las siguientes leyes:

- Ley de Incentivos al Turismo;
- Ley de Casinos de Juegos de Envite o Azar;
- Ley para la Adquisición de Bienes Urbanos en las Áreas que Delimita el Artículo 107 de la Constitución de la República; y
- Ley para la Declaratoria; Planeamiento y Desarrollo de las Zonas de Turismo.

Instituto Hondureño de Turismo

Es el ejecutor de todo lo establecido por la Secretaria de Turismo. Fue creado en 1993, bajo el gobierno del Lic. Rafael Leonardo Callejas. “Tiene como finalidad estimular y promover el turismo como una actividad económica que impulse el desarrollo del país, por medio de la conservación, protección y aprovechamiento racional de los recursos turísticos nacionales.”¹⁹

Instituto Hondureño de Antropología e Historia

Es una institución autónoma del gobierno, creada en 1952 encargada de “la defensa, explotación, restauración, conservación, recuperación, acrecentamiento,

¹⁸ Artículos 28 y 29, Ley General de la Administración Pública; reformado por Decreto 218-96; La Gaceta 28,148; diciembre 30, 1990

¹⁹ Artículos 1 y 3, Ley del Instituto Hondureño de Turismo

presentación y custodia de los monumentos arqueológicos, antropológicos, históricos y demás tesoros artísticos y culturales de la nación.”²⁰

²⁰ Artículo 7, Ley Orgánica del Instituto Hondureño de Antropología e Historia

CAPITULO III

3. Metodología de la Investigación realizada en los municipios de San Luís La Herradura en El Salvador y en La Ceiba en Honduras con la finalidad de contribuir a obtener datos para la elaboración de un Plan de Sensibilización Turística para los alumnos de bachillerato.

Objetivo General de la Investigación

Investigar el conocimiento que los alumnos de Bachillerato de las Escuelas Públicas de San Luis La Herradura de El Salvador y la Ceiba Honduras, poseen sobre el turismo, su entorno y la posibilidad de considerar al turismo como un dinamizador del desarrollo local de su municipio.

Objetivos Específicos de la Investigación

- Determinar el nivel de conocimiento turístico de los alumnos de Bachillerato de San Luis la Herradura, El Salvador y de La Ceiba, Honduras; específicamente conocimiento sobre los atractivos y oferta turística de su municipio.
- Analizar la opinión y actitud de los alumnos de Bachillerato de San Luis la Herradura, El Salvador y de La Ceiba, Honduras respecto a la importancia del turismo para el desarrollo local de su municipio.

3.1. Método de Investigación

El método de investigación utilizado fue el Método Inductivo – Deductivo.

3.2. Tipo de Investigación

Es una investigación descriptiva, en la que tenía como finalidad de describir las situaciones que se dan en un momento dado y el nivel de conocimiento que tienen los alumnos de bachillerato acerca del turismo en sus municipios y la importancia para el desarrollo local.

3.3. Fuentes de Recolección de Datos

Para la recolección de datos dentro de nuestra investigación recurrimos a fuentes primarias y fuentes secundarias.

Datos y Fuentes Secundarias:

En las fuentes secundarias se hizo uso de datos publicados y recolectados con anterioridad para diferentes propósitos de la información, donde se utilizaron fuentes externas como libros, revistas, sitios de Internet, periódicos, diccionarios que contenían información para el propósito de la investigación.

Datos y Fuentes Primarias:

Como fuentes primarias de información se tomaron a los alumnos de bachillerato de las escuelas públicas en San Luis La Herradura, El Salvador y en La Ceiba, Honduras. Con esto se realizó una investigación de campo donde se recolectó la

información que nos sirvió para las necesidades de nuestra investigación donde para obtener los datos se hizo uso de las encuestas con el fin de obtener la información necesaria.

3.4. Definición de la Población

Para efectos de esta investigación, se tomó como población a los alumnos de bachillerato de los centros educativos de los municipios de San Luis La Herradura en El Salvador y La Ceiba en Honduras.

Las Escuela que vamos a investigar para nuestro estudio es el Instituto Nacional de San Luis La Herradura en El Salvador y el Centro Educativo La Ceiba, en La Ceiba, Honduras, ya que éstos son los principales centros educativos ubicados en las cabeceras de cada uno de los municipios.

Nuestra población va a hacer de un total de 724 alumnos de los cuales, 289 alumnos pertenecen al Instituto de San Luis La Herradura en El Salvador y 435 del Centro Educativo La Ceiba en La Ceiba, Honduras.

POBLACIÓN TOTAL			
CENTRO ESCOLAR		NÚMERO DE ALUMNOS	Porcentaje
1	Instituto Nacional De San Luis La Herradura, El Salvador	289	40%
2	La Ceiba, Honduras	435	60%
TOTAL DE ALUMNOS		724	100%

3.5. Unidades de Análisis

Las unidades de análisis para efecto de este estudio fueron las Escuelas Públicas de los municipios de San Luis La Herradura de El Salvador y La Ceiba de Honduras.

3.6. Sujetos de Estudio

Los sujetos de estudio de nuestra investigación, fueron todos los alumnos de bachillerato de los municipios de San Luís La Herradura de El Salvador y La Ceiba de Honduras que brindaron información del tema.

3.7. Marco Muestral

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula para población finita, ya que se conoce el número de estudiantes los cuales serán sujetos de estudio.

$$n = \frac{Z^2 N p q}{E^2 (N-1) + Z^2 p q}$$

Z= El nivel de confianza de la siguiente investigación es del 95% y su equivalente es 1.96 de acuerdo a la tabla general del área bajo de la curva normal.

N= Población de estudiantes de bachillerato del Instituto Nacional de San Luis La Herradura en El Salvador y Centro Educativo La Ceiba en La Ceiba, Honduras.

p= La probabilidad de éxito fue de 90% debido a las facilidades de obtener información sobre el tema de investigación, la cual se realizó en forma personal encuestando a los alumnos para obtener los resultados.

q= La probabilidad de fracaso fueron del 10% ya sea porque exista un sesgo en la información de los alumnos encuestados.

$$n = \frac{1.96^2(724)(.90)(.10)}{0.05^2(723)+1.96^2(.90)(.10)} = 116$$

$$0.05^2(723)+1.96^2(.90)(.10)$$

MUESTRA: 116 Alumnos

MUESTRA ESTRATIFICADA			
CENTRO ESCOLAR		Porcentaje	Muestra
1	Instituto Nacional De San Luis La Herradura, El Salvador	40%	46
2	La Ceiba, Honduras	60%	70
TOTAL		100.00%	116

3.11. Tabulación y Análisis de Datos

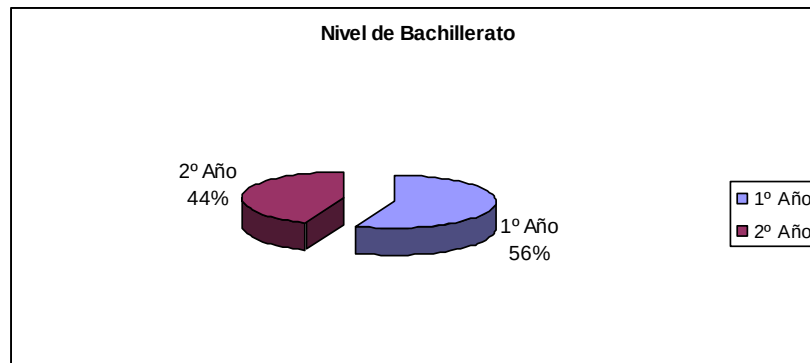
Luego de la recolección de datos se proceso la información para presentarla de manera ordenada, clara y completa, con el fin de visualizar la situación del conocimiento de los alumnos de bachillerato en materia turística.

El procesamiento de la información obtenida a través del cuestionario, que fue el instrumento que se utilizó para obtener la información necesaria de los sujetos de estudio, para los cual se realizaron tablas de frecuencia en las cuales se refleja la información recolectada la cual se acompaña con gráficos de barras que servirá de respaldo a los resultados obtenidos permitiendo así, una mayor comprensión de los mismos.

Datos Generales de los encuestados, nivel de Bachillerato

El 56% de los encuestados fueron alumnos de 1° año de bachillerato, siguiéndole un 44% de 2° año.

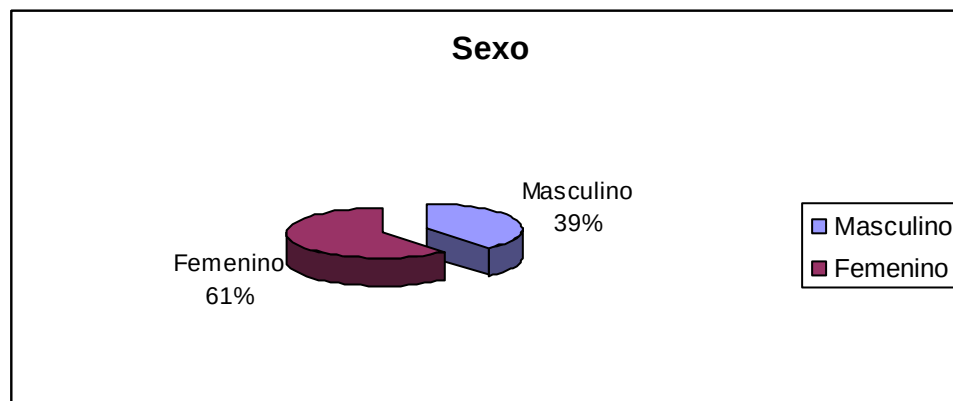
Nivel de Bachillerato	Frecuencia	Porcentaje
1° Año	65	56%
2° Año	51	44%
Total	116	100%



Sexo

De los alumnos de bachillerato el 39% de los encuestados fueron de sexo masculino y con mayor porcentaje el sexo femenino con un 61%.

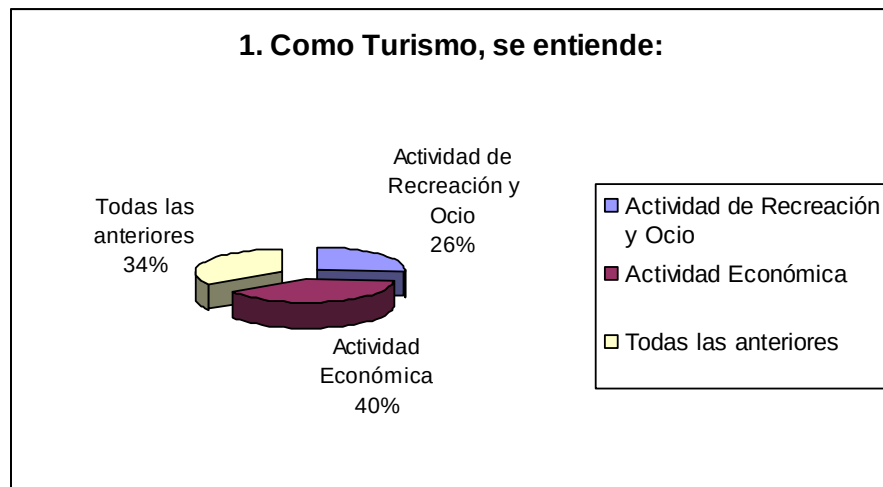
Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	45	39%
Femenino	71	61%
Total	116	100%



PREGUNTA 1. Como Turismo, se entiende:

Objetivo: Identificar que entienden los alumnos por turismo.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Actividad de Recreación y Ocio	30	26%
Actividad Económica	47	40%
Todas las anteriores	39	34%
Total	116	100%



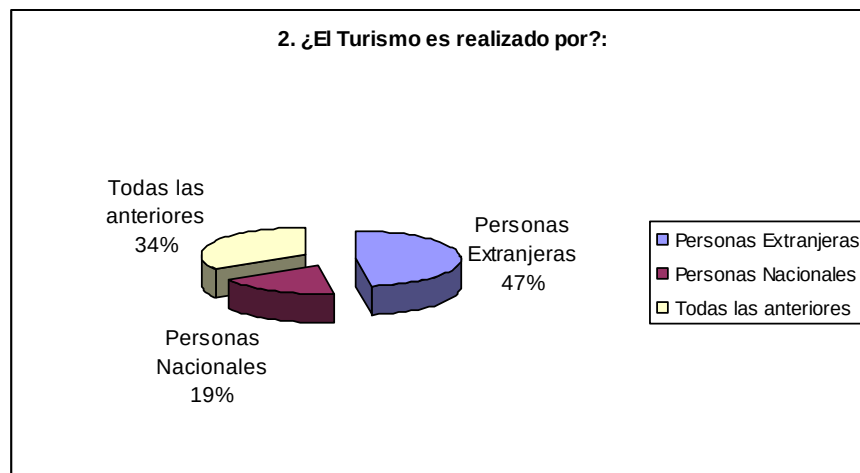
Análisis

Como se puede observar en la gráfica anterior, los alumnos encuestados en su mayoría, entienden por turismo como una actividad económica representando el 40%.

PREGUNTA 2. ¿El Turismo es realizado por?

Objetivo: Conocer si los alumnos identifican la diferencia entre los tipos de turistas.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Personas Extranjeras	55	47%
Personas Nacionales	22	19%
Todas las anteriores	39	34%
Total	116	100%



Análisis

Según la gráfica anterior, los encuestados consideran que las personas extranjeras son las que realizan turismo.

PREGUNTA 3. ¿Si una persona de su municipio visita otro municipio de su mismo país, es considerado?

Objetivo: Conocer si los encuestados saben diferenciar un turista extranjero y un turista nacional.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Turista Extranjero	26	22%
Turista Nacional	40	35%
Otro	50	43%
Total	116	100%



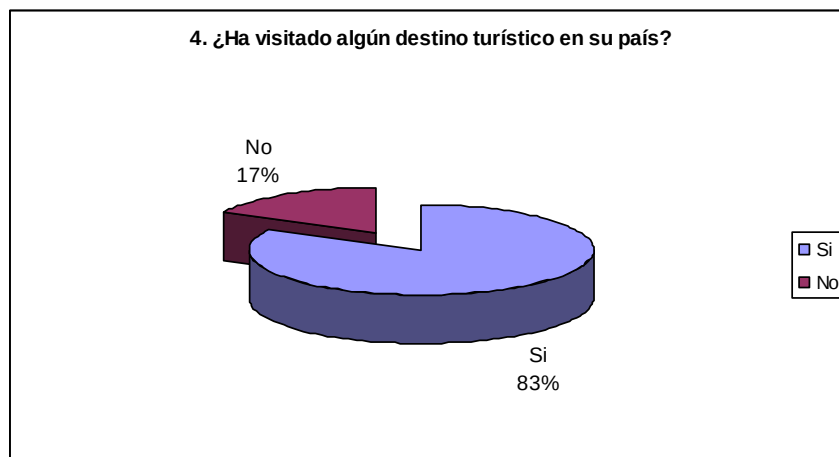
Análisis

Según la gráfica, los encuestados no conocen el significado de un turista nacional, el cual es el que visita otro municipio que no sea el suyo propio pero que esta en su país, ya que con mayor porcentaje contestaron la opción “otro” con un 44%.

PREGUNTA 4. ¿Ha visitado algún destino turístico en su país?

Objetivo: Verificar si los alumnos han tenido la oportunidad de visitar algún destino turístico en su país.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	96	83%
No	20	17%
Total	116	100%



Análisis

El 83% de los encuestados han tenido la oportunidad de conocer algún destino turístico de su país y el 17%, el cual representa un número muy bajo, no han podido tener esa oportunidad.

PREGUNTA 5. ¿Considera que su Municipio es un destino turístico?

Objetivo: Determinar si los alumnos consideran su municipio como un destino turístico.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	64	55%
No	52	45%
Total	116	100%



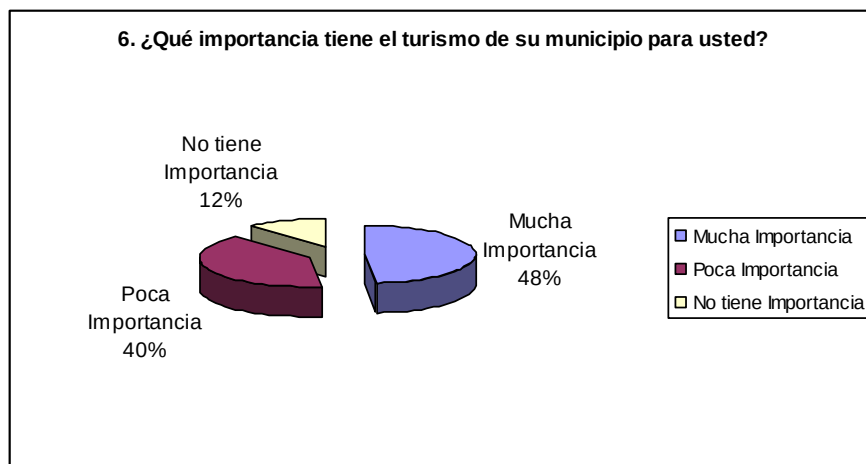
Análisis

Según la gráfica anterior, el 55% de los encuestados consideran que su municipio es un destino turístico en el cual pueden tener muchas oportunidades para su desarrollo, pero el 45% no lo consideran de esa manera.

PREGUNTA 6. ¿Qué importancia tiene para usted, el turismo de su municipio?

Objetivo: Evaluar la importancia que tiene el turismo de su municipio para los alumnos.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Mucha Importancia	56	48%
Poca Importancia	46	40%
No tiene Importancia	14	12%
Total	116	100%



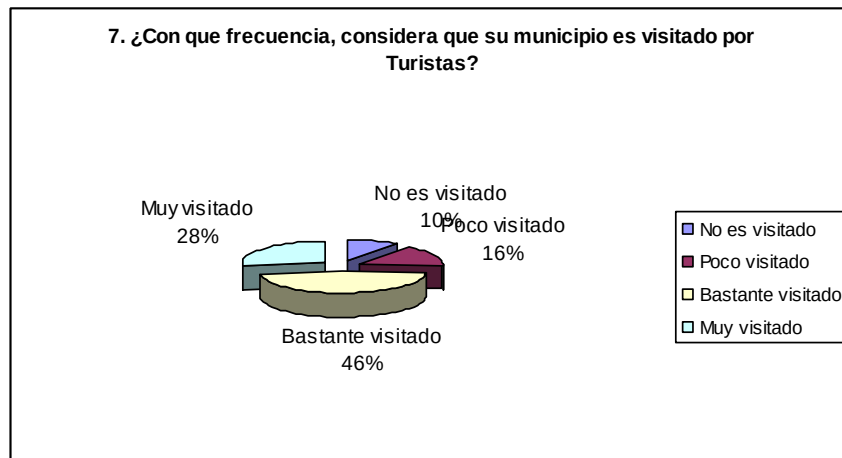
Análisis

El 48% de los encuestados están de acuerdo que el turismo es un rubro “de mucha importancia” para el desarrollo de sus municipios.

PREGUNTA 7. ¿Con que frecuencia, considera que su municipio es visitado por Turistas?

Objetivo: Determinar la frecuencia con la que su municipio es visitado por los turistas.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
No es visitado	12	10%
Poco visitado	18	16%
Bastante visitado	54	47%
Muy visitado	32	27%
Total	116	100%



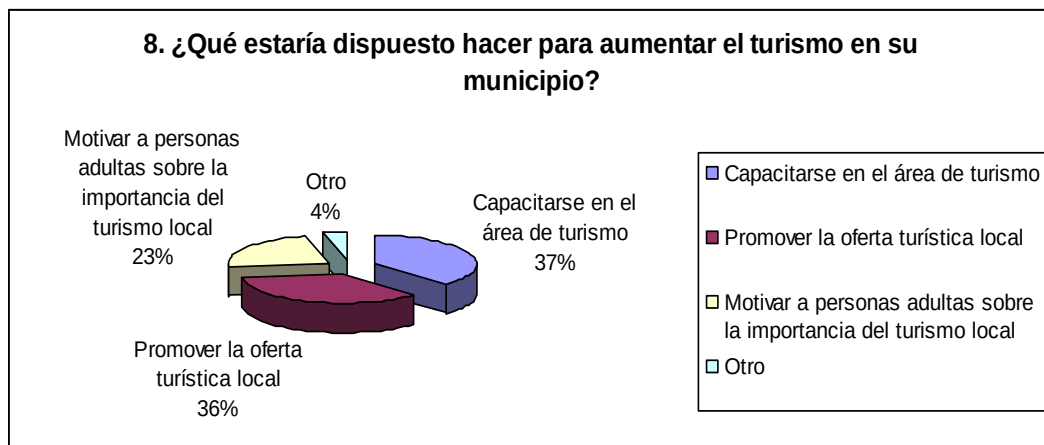
Análisis

Según la grafica anterior, la mayor parte de los encuestados, representado un 47%, consideran que su municipio es “bastante visitado” por los turistas.

PREGUNTA 8. ¿Qué estaría dispuesto hacer para aumentar el turismo en su municipio?

Objetivo: Identificar las acciones que se deben de realizar para poder aumentar el turismo en su municipio.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Capacitarse en el área de turismo local	59	37%
Promover la oferta turística local	56	36%
Motivar a personas adultas sobre la importancia del turismo local	36	23%
Otro	6	4%
Total	157	100%



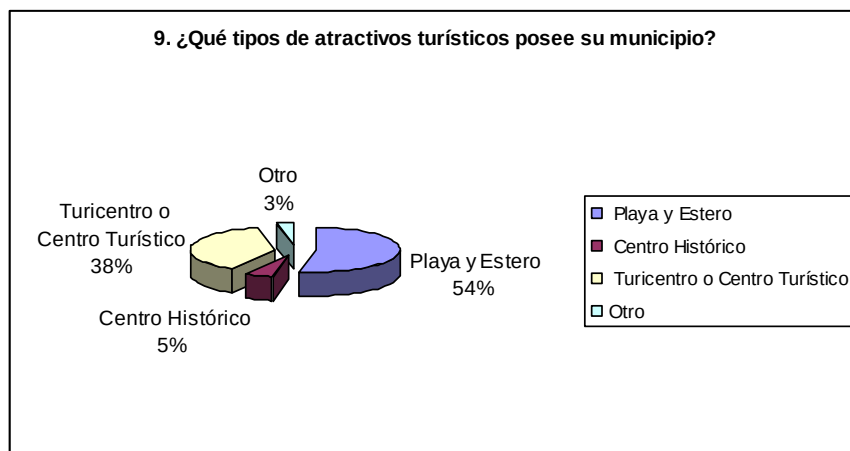
Análisis

Los encuestados están conscientes que para aumentar el turismo en su municipio es necesario capacitarse en ese tema, representando un 37%, siguiéndole la opción de abrir un negocio turístico con un 36%.

PREGUNTA 9. ¿Qué tipos de atractivos turísticos posee su municipio?

Objetivo: Identificar los principales atractivos turísticos que cada municipio posee.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Playa y Estero	78	53%
Centro Histórico	8	5%
Turicentro o Centro Turístico	56	38%
Otro	5	4%
Total	147	100%



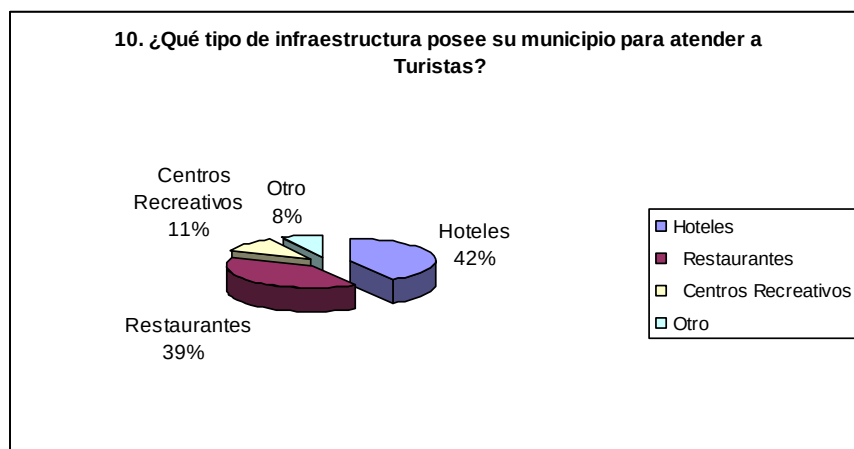
Análisis

El principal atractivo turístico que posee el municipio de los encuestados, es playa y estero con un 53%, ya que ambos municipios están ubicados en zona de costa la cual les permite desarrollar ese producto de mejor manera.

PREGUNTA 10. ¿Qué tipo de infraestructura posee su municipio para atender a Turistas?

Objetivo: Investigar cual es la principal estructura con la cuenta el municipio para atender a los turistas.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Hoteles	75	42%
Restaurantes	71	39%
Centros Recreativos	20	11%
Otro	14	8%
Total	180	100%



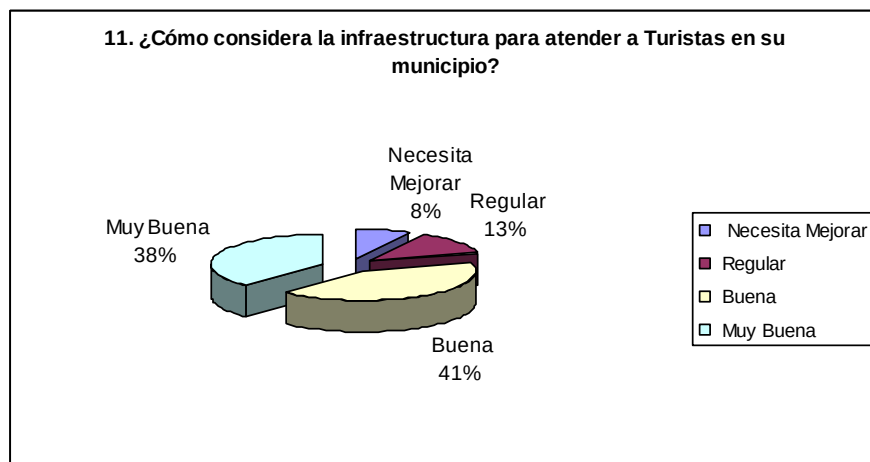
Análisis

Como podemos observar en la gráfica anterior, los municipios cuentan con diversa infraestructura turística para atender a los turistas, pero siendo el principal, los hoteles con un 42%, siguiendo los restaurantes con un 39%.

PREGUNTA 11. ¿Cómo considera la infraestructura para atender a Turistas en su municipio?

Objetivo: Evaluar las condiciones de la infraestructura turística en su municipio.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Necesita Mejorar	9	8%
Regular	15	13%
Buena	48	41%
Muy Buena	44	38%
Total	116	100%



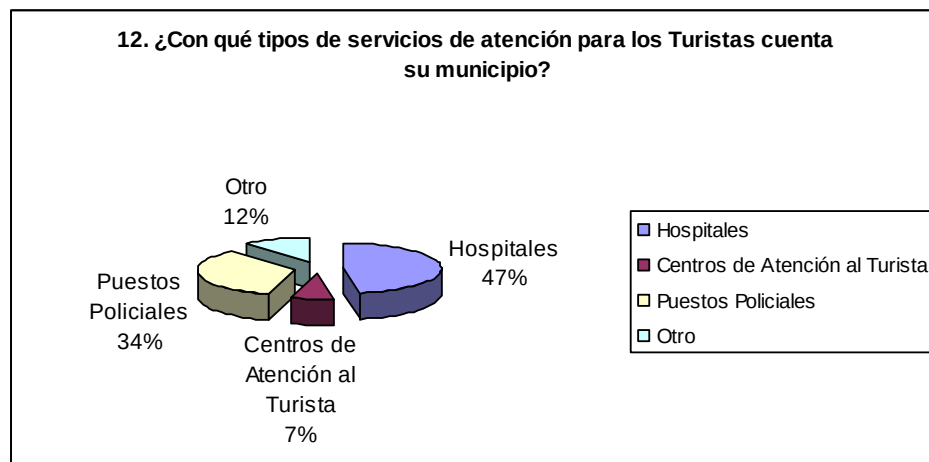
Análisis

Los encuestados consideran que la infraestructura turística de su municipio se encuentra en buenas condiciones, representado con un 41% y el 38% considera que se encuentra muy buena.

PREGUNTA 12. ¿Con qué tipos de servicios de atención para los Turistas cuenta su municipio?

Objetivo: Identificar los tipos de servicios de atención al turista con los que su municipio.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Hospitales	78	47%
Centros de Atención al Turista	12	7%
Puestos Policiales	56	34%
Otro	19	12%
Total	165	100%



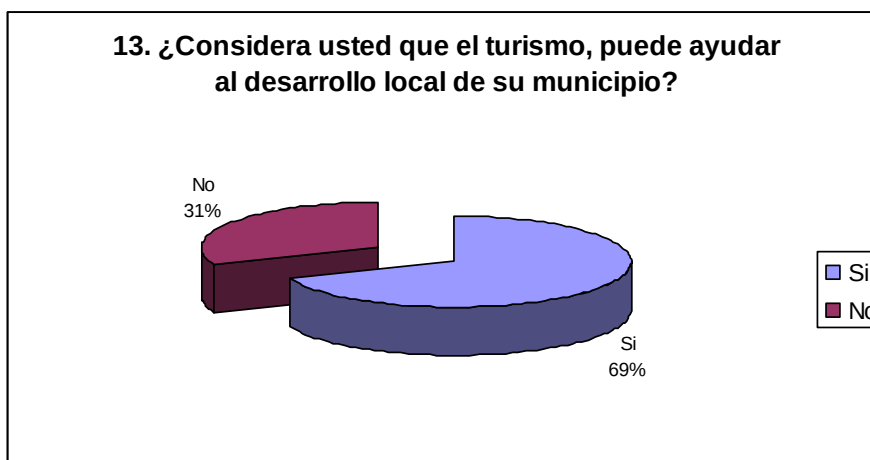
Análisis

Según los encuestados, el principal servicio de atención con la que cuenta el municipio para atender a los turistas, son los hospitales con un 47%, siguiendo los puestos policiales con un 34%. Ambos para brindar seguridad o cualquier emergencia que los turistas tengan.

PREGUNTA 13. ¿Considera usted que el turismo puede ayudar al desarrollo local de su municipio?

Objetivo: Determinar si el turismo es de beneficio para el desarrollo local del municipio.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	80	69%
No	36	31%
Total	116	100%



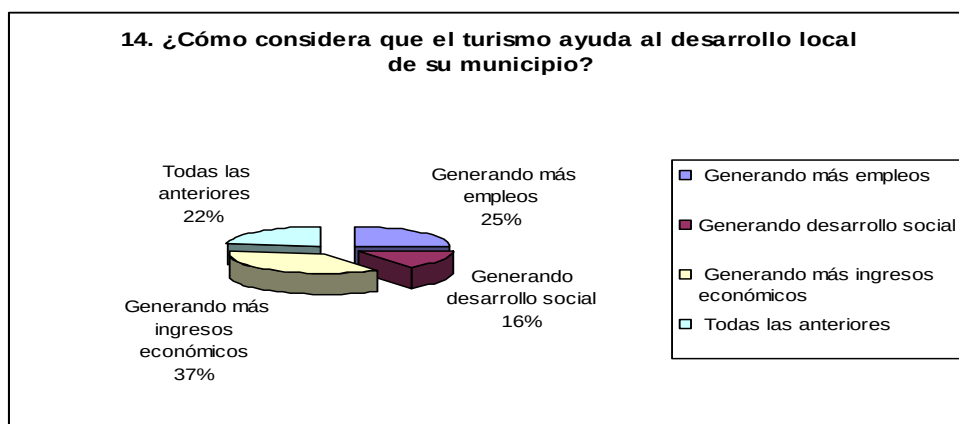
Análisis

El 69% de los encuestados están de acuerdo que el turismo Si es un rubro que puede ayudar al desarrollo local de su municipio.

PREGUNTA 14. ¿Cómo considera que el turismo ayuda al desarrollo local de su municipio?

Objetivo: Determinar el factor principal por el cual el turismo beneficia al desarrollo local de los municipios.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Generando más empleos	29	25%
Generando desarrollo social	18	16%
Generando más ingresos económicos	43	37%
Todas las anteriores	26	22%
Total	116	100%



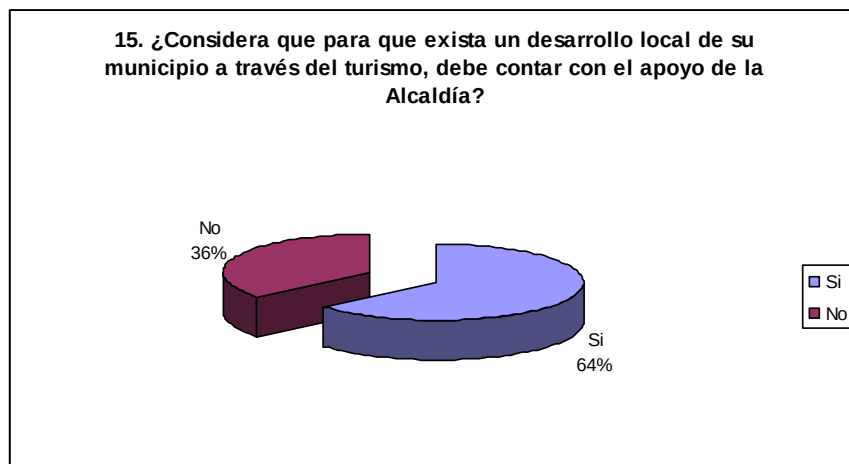
Análisis

El 37% de los encuestados, consideran que el turismo beneficia al desarrollo local generando ingresos económicos a su municipio y representado con un 25% opinan que también es una fuente generadora de empleos.

PREGUNTA 15. ¿Considera que para que exista un desarrollo local de su municipio a través del turismo, debe contar con el apoyo de la Alcaldía?

Objetivo: Averiguar si con el apoyo de la Alcaldía, el municipio puede desarrollarse a través del turismo.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	74	64%
No	42	36%
Total	116	100%



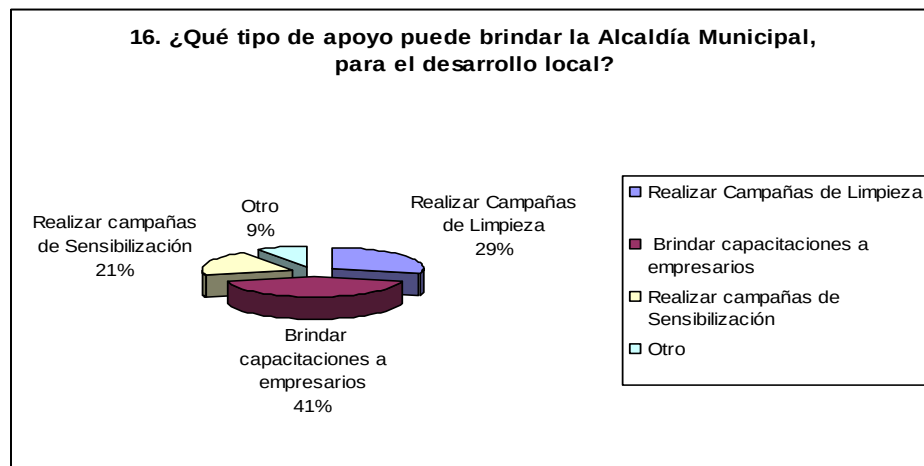
Análisis

El 64% opinan que la Alcaldía es una institución que debe de apoyar a los municipios en cuanto al rubro de turismo para que estos se desarrollen de mejor manera.

PREGUNTA 16. ¿Qué tipo de apoyo puede brindar la Alcaldía Municipal, para el desarrollo local?

Objetivo: Analizar el tipo de apoyo que puede brindar la Alcaldía Municipal del municipio para el desarrollo local.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Realizar Campañas de Limpieza	46	29%
Brindar capacitaciones a empresarios	64	41%
Realizar campañas de Sensibilización	32	21%
Otro	14	9%
Total	156	100%



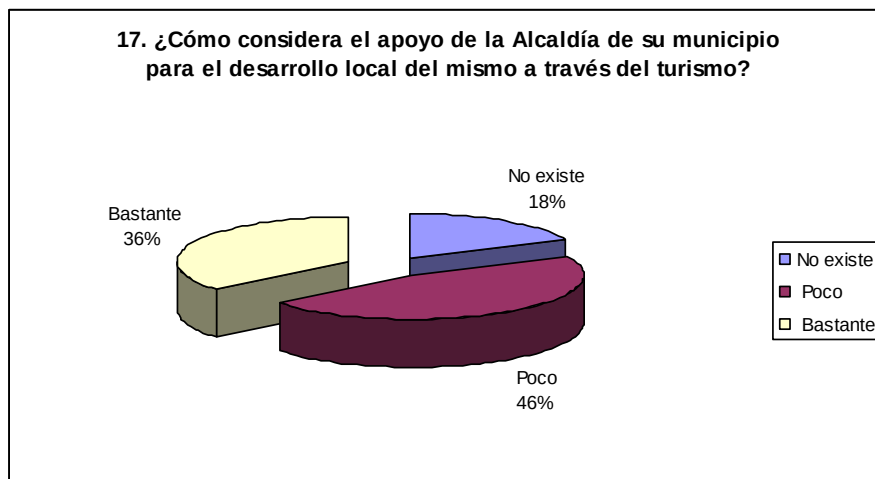
Análisis

El principal apoyo que la Alcaldía debe de brindar al municipio, con un 41%, es el de brindar capacitaciones a empresarios y de esta manera estos podrán desarrollar de mejor manera el municipio.

PREGUNTA 17. ¿Cómo considera el apoyo de la Alcaldía de su municipio para el desarrollo local del mismo a través del turismo?

Objetivo: Averiguar si la Alcaldía brinda apoyo al municipio para que este se desarrolle a través del turismo.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
No existe	21	18%
Poco	53	46%
Bastante	42	36%
Total	116	100%



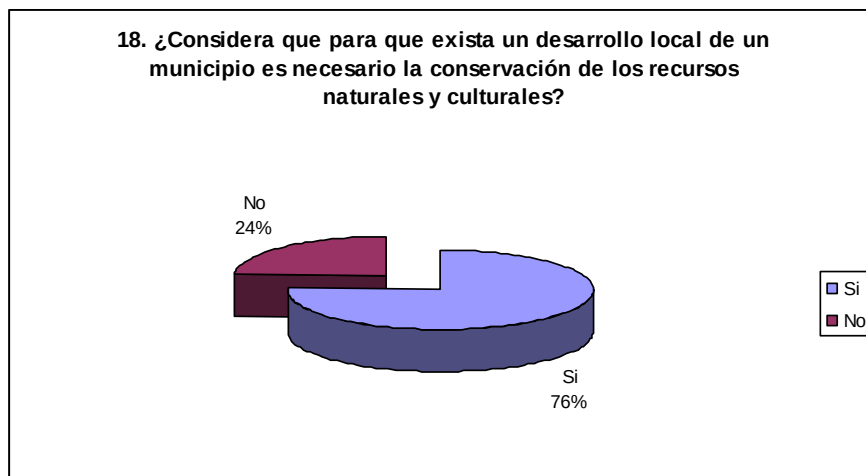
Análisis

Según la grafica anterior, el 46% de los encuestados, opinan que la Alcaldía brinda poco apoyo al municipio para que este tenga un desarrollo local mediante el turismo.

PREGUNTA 18. ¿Considera que para que exista un desarrollo local de un municipio es necesario la conservación de los recursos naturales y culturales?

Objetivo: Averiguar si la conservación de los recursos naturales y culturales es una opción para que exista el desarrollo local del municipio.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	88	76%
No	28	24%
Total	116	100%



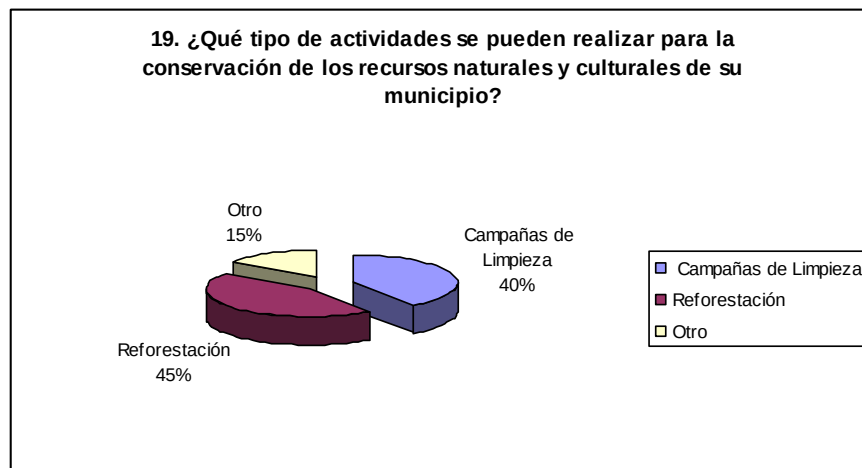
Análisis

El 76% de los encuestados están de acuerdo que para que exista un desarrollo local de su municipio, es necesaria la conservación de los recursos naturales y culturales, ya que son productos importantes para el turista.

PREGUNTA 19. ¿Qué tipo de actividades se pueden realizar para la conservación de los recursos naturales y culturales de su municipio?

Objetivo: Identificar las actividades que pueden realizarse para conservar los recursos naturales y culturales del municipio.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Campañas de Limpieza	54	40%
Reforestación	60	45%
Otro	20	15%
Total	134	100%



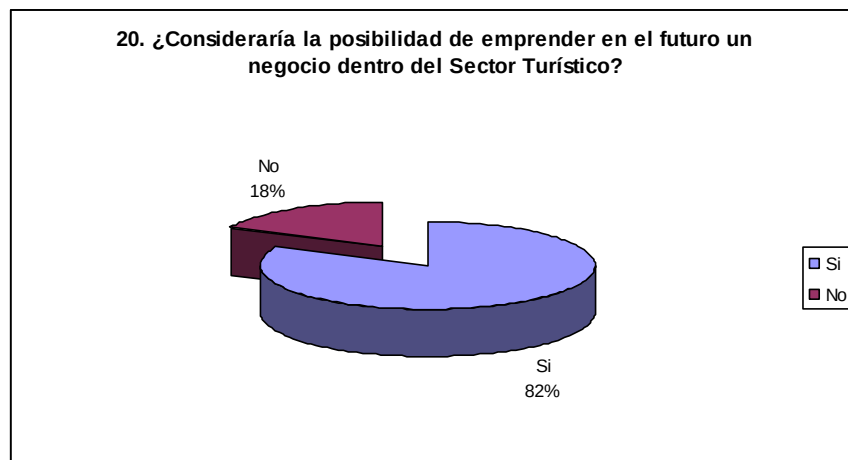
Análisis

Con un 45% de las respuestas, la reforestación es una actividad que los habitantes pueden realizar para conservar los recursos naturales y culturales de su municipio, siendo las campañas de limpieza segunda opción con el 40%.

PREGUNTA 20. ¿Consideraría la posibilidad de emprender en el futuro un negocio dentro del Sector Turístico?

Objetivo: Analizar la posibilidad de emprender en el futuro un negocio dentro del sector turístico en su municipio.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	95	82%
No	21	18%
Total	116	100%



Análisis

Siendo la mayoría, con un 82%, los que creen en la posibilidad de emprender en el futuro un negocio dentro del sector turístico y así beneficiar a su municipio para el desarrollo de este.

Entrevistas a personas que forman parte del Sector Turístico

Durante el proceso de recopilación de información en los Institutos de Bachillerato, se tuvo la oportunidad de platicar con ciertas personas del sector turístico. Estas conversaciones fueron de mucha utilidad ya que aportarían más información al estudio, además de los resultados de las encuestas.

El Salvador

Corporación Salvadoreña de Turismo

Se sostuvo una reunión con la Institución para conocer de primera mano las necesidades en capacitación que como Sector Turístico hacen faltan o requieren que se refuerce.

En dicha reunión, la persona encargada de capacitaciones fue enfática, en que el municipio de San Luis La Herradura, si bien posee un producto turístico desarrollo como es la costa del sol; los habitantes de la localidad se encuentran aislados de los esfuerzos que como sector se están realizando para lograr un desarrollo local.

Como Institución, brindan capacitaciones sobre Turismo, y en las investigaciones que han realizado llegan a la conclusión de que los habitantes de la localidad conocen y se identifican con el turismo, pero es necesario el

fortalecer los conocimientos, ya que si bien tienen las bases del conocimiento muchas veces estos no son retroalimentados y muchas veces se llegan a confundir entre los conceptos; por lo que la creación de un Plan de Sensibilización Turística, sería oportuno para que los jóvenes se integren de manera efectiva al sector.

División de Policía de Turismo

Al realizar la visita al municipio de San Luis La Herradura pudimos conversar con el Jefe del Puesto Policial de Turismo en la Costa del Sol y expresó que los jóvenes de la zona tienen mucho entusiasmo en el tema de Turismo y reciben a los visitantes de manera muy cordial pero también es necesario mejorar el conocimientos generalizado que poseen principalmente en el área de atención al turista.

Deben aprender la importancia de lo que es la puntualidad, la responsabilidad, la amabilidad, el respeto hacia el turista, el cobro de precios justos, el mantener las calles limpias y ordenadas, conservar los recursos naturales, y sobre todo, tener el conocimiento de los recursos con que su municipio cuenta para brindar una información veraz y oportuna. Estos deben saber más acerca de la importancia del turismo y los beneficios que este nos deja.

Honduras

Cámara Nacional de Turismo

En diferentes ocasiones que se visitó la CANATURH, se nos comprobó la necesidad de llevar a cabo un plan de sensibilización turística. En sus visitas y contacto con personas de la localidad han detectado que la comunidad no esta realmente consiente del potencial de la región, de los beneficios del turismo y de las oportunidades que para ellos podría representar. Incluso sugirieron que este sea el primer de muchos talleres de sensibilización turística destinados a conductores de taxi, recepcionistas, meseros, etc. Considerando que esto vendría a fortalecer cualquier esfuerzo en pro del turismo.

Unidad Turística Municipal

Al momento de buscar información turística sobre La Ceiba se visitó esta oficina, momento que sirvió para escuchar los comentarios sobre personas que tienen años de laborar allí. La idea de presentar un plan de sensibilización turística les pareció sumamente interesante ya que consideran que a pesar de que la ciudad es conocida como una turística, realmente no lo es; el ceibeño ha perdido el “ser hospitalario” algo que antes lo caracterizaba.

Con planes de un lanzamiento turístico de La Ceiba para el 2012, han tomado a bien implementar la propuesta, extrapolándola a los diferentes públicos de la

localidad y se platico sobre impartir una serie de talleres de cultura turística para conductores de taxi (más cortos).

Tour Operadores

En una reunión con diferentes representantes de empresas turísticas, un tema que sobresalió fue la falta de conocimiento de los recursos naturales, históricos y culturales de los ceibeños. El propietario de uno de los tour operadores más reconocidos de La Ceiba comento que la mayoría de sus clientes son extranjeros y que sentían importante que la Alcaldía hiciera un mayor esfuerzo por promover estos recursos a los locales.

Así mismo, remarcaron el hecho que un alta porcentaje de las personas que invierte en el rubro turístico (en la región del Caribe Hondureño) son extranjeros, principalmente europeos.

3.12. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

La mayoría de los encuestados consideran al rubro del turismo como una actividad económica de mucha importancia para sus municipios. Identifican que las personas extranjeras son una de las que realizan turismo y por lo tanto son los que dejan mayores ingresos y beneficios a su municipio.

Ya que estos Municipios son un destino turístico bastante visitado debido a sus atractivos de playa, estero y turicentros o centros turísticos, los encuestados le dan mucha importancia al tema de turismo y están conscientes que se deben de realizar acciones que puedan ayudar a aumentar el turismo en sus municipios.

A pesar que los alumnos encuestados poseen conocimientos generales sobre Turismo y comprenden la importancia que tiene este rubro para el desarrollo de su localidad, es necesario el concientizarlos de la importancia de contar con una cultura turística.

La cultura turística, entendida como la adecuada administración de los recursos (naturales, materiales, financieros y humanos), es fundamental que los alumnos la conozcan y puedan practicarla en el presente y futuro.

Por lo tanto, es necesario el reforzar los conocimientos generales que los alumnos de bachillerato poseen del Turismo, a través de la cultura turística y esta misma servirá a la vez para que tomen conciencia de la importancia del turismo en su municipio.

Recomendaciones

Considerando el buen conocimiento turístico, de los alumnos de Bachillerato de las Escuelas Públicas de San Luis la Herradura, El Salvador y de La Ceiba, Honduras sobre el Turismo, se recomienda:

Refuerzo de conocimiento turístico: Incentivar a los alumnos de bachillerato para ampliar y reforzar sus conocimientos en cultura turística.

Desarrollo local: Brindar información veraz y oportuna sobre el Turismo, concepto, tipos y las oportunidades que como ente dinamizador de la economía ofrece para el desarrollo local de los municipios.

Información cultural: Brindar información general, cultural y turística de sus respectivos municipios para que su población este sabedora de la oferta que sus municipios tienen para ser un destino turístico competitivo.

Crear un Plan de Sensibilización Turística, con el objetivo de lograr que se concienticen en las oportunidades que el turismo brinda para el desarrollo local de cada uno de sus municipios.

CAPITULO IV

4. Diseño del Plan de Sensibilización Turística para los Alumnos de Bachillerato de los Centros Públicos Educativos de San Luis La Herradura en El Salvador y La Ceiba en Honduras.

4.1. Importancia

El Turismo, como ente dinamizador de la economía de un país, puede llegar a convertirse en uno de los pilares fundamentales para obtener un desarrollo local de un municipio que posea atractivos turísticos.

Para ello, es necesario que los ciudadanos conozcan las oportunidades que el sector brinda y la manera en como lograr dicho desarrollo a través de dicho rubro, contando a la vez con recursos e infraestructura adecuada.

La importancia en la creación de un Plan de Sensibilización Turística en los Centros Educativos Públicos de San Luis La Herradura en El Salvador y en La Ceiba en Honduras, para concientizar a los alumnos de Bachillerato sobre las oportunidades que el Turismo brinda para el desarrollo local; es el brindar una herramienta útil para que los alumnos conozcan de forma práctica y simple, los conceptos generales de Turismo, su importancia y clases, datos geográficos y culturales de sus municipios y la manera en como puede coadyuvar a su desarrollo profesional tanto a nivel individual como colectivo.

De esta manera, se logrará no solamente la ampliación de los conocimientos en materia de Turismo, lo que se conoce como cultura turística sino también el crear una

conciencia en la conservación de los recursos culturales y medioambientales, los cuales formar parte intrínseca del turismo.

4.2. Justificación de la Propuesta

Si se desea posicionar a El Salvador y Honduras, como países con destinos turísticos competitivos a nivel internacional a largo plazo, basados en el Índice de Competitividad en viajes y turismo no basta con poseer infraestructura, alianzas estratégicas y recursos humano capacitado, sino que es necesario el fomentar una cultura turística a los actores locales directos e indirectos y a todos los habitantes de los destinos turísticos, para que conozcan los beneficios del turismo y la manera en como puede colaborar para el desarrollo local.

La posición de Honduras y El Salvador en el Índice de Competitividad en viajes y turismo es baja; Honduras 3.79 (88) y El Salvador 3.68 (96)¹. Para poder clasificar en al menos los top 10 de Latinoamérica deberán superar una puntuación de 4.24, obtenida en el 2011 por Uruguay². Estas posiciones podrán mejorarse al fortalecer el tercer pilar que contempla en recurso humano.

Por ello, se ha considerado la Propuesta de capacitar a los alumnos de los de los Centros Educativos de los municipios de San Luis La Herradura de El Salvador y La Ceiba de Honduras, para que desde temprana edad logren poseer conocimientos generales de turismo y de cultura de sus municipio, para que a través de ella se concienticen de la importante de cuidar los recursos naturales y culturales.

¹ Fuente: *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011*, pg. 15 www.weforum.org/ttcr

² Fuente: *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011*, pg. 18 www.weforum.org/ttcr

Para la ejecución de la Propuesta se diseñó un Plan de Sensibilización, que posee información general y cultura turística de los municipios de San Luis La Herradura y La Ceiba; con la cual se logrará capacitar en una primera etapa a los docentes a través de talleres brindándoles las herramientas necesarias para transmitir la información a sus alumnos. Y como segunda etapa, los docentes formados puedan instruir a los alumnos para lograr, modificar o crear conductas positivas hacia el turismo.

4.3. Objetivos de la Propuesta

Objetivo General

Brindar a los Alumnos de Bachillerato, una información adecuada sobre el Turismo, concepto, clases y las formas en como puede colaborar al desarrollo local de sus municipios.

Objetivos Específicos

Proporcionar información general a los Alumnos de Bachillerato, sobre los municipios de San Luis La Herradura y La Ceiba, en lo referente a datos geográficos, costumbres y cultura.

Dar a conocer las diferentes herramientas para lograr un desarrollo profesional y local de los municipios a través del Turismo.

Incentivar a los Alumnos de Bachillerato para ampliar sus conocimientos en materia turística.

4.4. Beneficio de la Propuesta

Con la Elaboración de Plan de Sensibilización Turística en los Centros Educativos Públicos de San Luis La Herradura en El Salvador y en La Ceiba en Honduras, para concienciar a los alumnos de Bachillerato sobre las oportunidades que el Turismo brinda para el desarrollo local, se espera que se obtenga como beneficios:

- Ampliación de los conocimientos de los Alumnos de Bachillerato en información general y cultural turística de sus municipios.
- Concientización en materia turística a los Alumnos de Bachillerato, sobre las oportunidades que brinda el Turismo para el desarrollo local
- Futuros empresarios dedicados al rubro turístico, que contribuirán al desarrollo local de sus municipios.

4.5. Análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) del Sector Turístico para la Implementación del Plan de Sensibilización para los Alumnos de Bachillerato de las Escuelas Públicas en los municipios de San Luis La Herradura de El Salvador y la Ceiba de Honduras.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
1. El Turismo, es un ente dinamizador de la economía de un país o región. 2. EL Turismo, genera empleos directos e indirectos. 3. El Turismo fortalece las relaciones sociales entre los habitantes y visitantes. 4. El Turismo, por ser un Sector en desarrollo, cuando con recurso humano joven, entusiasta y emprendedor.	1. El Turismo, puede convertirse en un pilar para el desarrollo local de un municipio. 2. Los jóvenes pueden mejorar sus conocimientos sobre sus municipios, cultura y tradiciones. 3. Incentivados por los beneficios del Turismo, los Alumnos pueden convertirse en el futuro en empresarios. 4. A través del Turismo, se fortalece la conservación de los recursos naturales y culturales.
DEBILIDADES	AMENAZAS
1. Insuficiente cultura turística entre los habitantes de los municipios de San Luis La Herradura de El Salvador y La Ceiba de Honduras. 2. Empleados del Sector Turístico, necesitan capacitar más en atención al turista.	1. No recibir el apoyo necesario de los Centros Educativos Públicos, para la implementación del Plan de Sensibilización. 2. Desinterés por parte de las Alcaldías Municipales y empresarios turísticos, en apoyar la implementación del Plan

3. Los municipios de San Luis La Herradura de El Salvador y la Ceiba de Honduras, deben de mejorar su infraestructura para una óptima atención al turista. 4. Los Centros Educativos, no cuentan dentro de su plan de estudio, con materias relacionadas al turismo.	de Sensibilización. 3. Que los alumnos no muestren interés en conocer y aprender más de las oportunidades que el Turismo brinda para el desarrollo local. 4. Que los alumnos no pongan en práctica, los conocimientos adquiridos en los Talleres.
--	--

4.6. Desarrollo de la Propuesta

4.6.1. Talleres

Como parte fundamental del Plan de Sensibilización se llevarán a cabo una serie de Talleres en los Centros Educativos, cada uno enfocándose en un tema diferente.

4.6.1.1. Primera Etapa-Formación de Formadores

Es de vital importancia formar a las personas que a su vez van a formar a alumnos en materia turística. Esta primera etapa tiene como finalidad concientizar a todos los formadores de la importancia del turismo para la región. Se les brindarán todas las herramientas necesarias para poder transmitir el conocimiento adquirido a sus alumnos y, de manera indirecta, a sus familiares y personas cercanas.

En esta etapa se integran alumnos universitarios de la carrera de turismo, catedráticos y directores de los colegios públicos. Los alumnos de la carrera de turismo se capacitarán para que al final de su carrera puedan también ellos formar a mas formadores en las Instituciones de Educación públicas y privadas de sus comunidades. Los directores, aunque no serán ellos los que impartirán los talleres, son esenciales ya que de no ser por ellos no habría oportunidad de llevar a cabo en plan de sensibilización y sus diferentes componentes. Una vez ellos estén conscientes de la importancia del turismo, las posibilidades para el desarrollo de más proyectos escolares sobre turismo serán infinitos.

Formación de formadores



- **Impartido por:**
 - Representantes de entidades gubernamentales de turismo
- **Grupo objetivo:**
 - Docentes y directores de los institutos publicos de la localidad
 - Alumnos universitarios de la carreras en Turismo
- **Duración:** Dos jornadas de 12 horas cada una

Primera Jornada

5 horas

- diseño de programas de aprendizaje

2 horas

- historia de su localidad

2 horas

- patrimonio cultural

3 horas

- atractivos de su localidad

Segunda Jornada

4 horas

- cultura turística y atención al turista

2 horas

- conceptos de turismo

2 horas

- medio ambiente

2 horas

- beneficios del turismo

2 horas

- uso de la guía practica

4.6.1.2. Segunda Etapa- Sensibilización de Alumnos de Bachillerato

Una vez finalizada la formación de formadores, se procede con la Sensibilización del público objetivo: los alumnos de bachillerato. Para la enseñanza – aprendizaje, se utilizarán presentaciones audiovisuales (Ver Anexo 4) , una guía didáctica entre otros materiales. Los talleres en esta etapa llevan horas teóricas y horas prácticas.

Al finalizar cada uno de los talleres, se aplica un cuestionario a cada alumno con el fin de evaluar rápidamente en nivel de aprendizaje (ver Anexo 5).



La parte práctica consiste en un recorrido por los principales atractivos turísticos, donde los alumnos deberán simular como atenderían a un turista y que información le podrían brindar. Así mismo, podrán dialogar con propietarios y empleados de empresas turísticas quienes sirven de ejemplos reales.

4.6.1.4. Tercera Etapa- Evaluación de Resultados

La evaluación de los Alumnos será un proyecto de investigación, con una duración de 30 días. Con este proyecto, los alumnos aplicarán los conocimientos adquiridos para evaluar y dar opciones de mejora a las empresas ya existentes de su localidad. En grupos de 2, se les asignará un producto/atractivo turístico del cual deberán extraer la siguiente información:

- Ubicación, horarios y tarifas
- Segmento del mercado
- DAFO (Diagnóstico de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades)
- Innovación o mejoras necesarias

4.6.1.4. Cuarta Etapa- Campañas y Concursos

Como última etapa del Plan de Sensibilización, los alumnos participaran en Campañas de limpieza, reforestación y los concursos y/o competencias que sus catedráticos seleccionen de la guía didáctica. Estas acciones despiertan en los alumnos el valor y la importancia de conservar el patrimonio cultural sin el cual el turismo como actividad de desarrollo y crecimiento no puede sobrevivir.

4.6.2. Guía Didáctica (anexo 6)

Los Temas considerados dentro de la Guía Didáctica son los siguientes:

- Aspectos Generales de Turismo
- Tipos de Turismo
- Clases de Turistas
- Datos Generales, Geográficos y Culturales de los Municipios de San Luis La Herradura de El Salvador y La Ceiba de Honduras.
- Actividades Económicas Turísticas que pueden realizar dentro del Municipio
- Beneficios a nivel local del Turismo

4.6.3. Actividades Prácticas para la implementación del Plan de Sensibilización.

Elaborado el Plan de Sensibilización, proponemos ciertas actividades para la ejecución del mismo, dentro de las cuales se ha considerado un modelo de enseñanza basado en la teoría de valores, que construye día a día una sociedad con conciencia dentro de los alumnos de los Centros Educativos de los Municipios tanto de San Luis La Herradura en El Salvador como de La Ceiba en Honduras, de manera que esas conductas y valores puedan ser exportadas al exterior (familia, amigos, vecinos), puestos en acción en cada uno de los momentos cotidianos, en la convivencia más cercana, en las relaciones sociales, con la esperanza de consolidación en el futuro.

Dentro de las acciones que se podrían practicar y en las cuales implican de manera directa a los alumnos de bachilleratos de los Centros Educativos, son las siguientes:

- Campañas de Limpieza
- Campañas de Medio Ambiente (Relacionar el reciclado con la limpieza)
- Campaña de Cultura Turística
- Concursos

4.6.3.1. Campaña de Limpieza: “Limpiemos nuestra casa”

Lo importante de esta Campaña es sensibilizar y lograr que los bachilleres le den la suficiente importancia al orden, limpieza y tomen conciencia de su responsabilidad de cuidar el lugar donde viven para que sus municipios sean un trayecto agradable, en el que el visitante pueda caminar, pasear en bicicleta, bañarse, así como disfrutar de los diferentes paisajes y las bellezas naturales.

Se lleva a cabo un intenso operativo de limpieza en las aceras, plazas, calles del municipio y playas, insistiendo en las zonas turísticas y de mayor afluencia de visitantes. Se debe ofrecer una imagen de pueblo cuidado y limpio, por ello es importante reforzar la labor e importancia de los jóvenes y comprometerlos a que lleven a cabo en su vida diaria una actitud cívica y respetuosa con nuestro entorno, a la vez a través de los alumnos, pedirles la colaboración necesaria a los demás ciudadanos para que San Luis La Herradura de El Salvador y La Ceiba sean el municipios que todos desean.

Mantener los municipios limpios y cuidados es una labor en la que implica a todos.

Acciones a realizar por los alumnos:

Redactar circular informativa

Los alumnos de Bachillerato deben de redactar una circular informativa y de sensibilización a los padres y profesores, al igual que a los demás alumnos de su Centro Educativo fomentando la importancia de la limpieza ciudadana.

Colocar basureros

Solicitar a Empresa La Constancia S.A. de C.V. la donación de 100 barriles para ser utilizados como basureros y ser colocados en todo el municipio.

Solicitar apoyo a empresas privadas

Solicitar el apoyo a empresas para que se les donen escobas a los alumnos y estos puedan salir una vez por semana a los principales destinos turísticos del municipio y realicen limpieza. El Centro Escolar podría tomarlas como horas sociales.

Capacitaciones acerca de la limpieza

Solicitar a la Alcaldía Municipal de su municipio capacitaciones acerca de la importancia de mantener limpio su municipio ya que trae como resultado: belleza, turistas, divisas, higiene, etc.

Obras de Teatro

Los alumnos de bachillerato deberán realizar obras de teatro dirigido a los alumnos menores y a los padres de familia resaltando el mensaje de la limpieza pública.

4.6.3.2. Campaña de Medio Ambiente: “Eco-guardianes”

Cuidar del medio ambiente es cuestión de que cada miembro de la sociedad asuma el compromiso de respetar y cuidar su entorno.

La importancia de esta campaña es buscar destacar el valor de los recursos naturales existentes del municipio, así como trasladar a los alumnos la información sobre los riesgos para el futuro ambiental. Como bachilleres podrán asumir actitudes tanto individuales como colectivas en defensa del ambiente, buscando soluciones que impidan su contaminación y degradación.

Para ello, se propone una serie de conductas sencillas destinadas a promocionar el consumo responsable y la protección de los recursos, la cual esta podrá realizarse de manera más efectiva con el apoyo del Ministerio de Ambiente de cada país.

Acciones a realizar por los alumnos:

Ahorro de papel

Recolectar todos los periódicos, revistas, papeles que ya no se utilizan y colocarlos en cajas en cada aula para que vayan recolectando y de esta manera reciclarlo.

Separar la basura adecuadamente

Es fundamental que los alumnos lleguen a comprender que en la naturaleza todo desecho se reutiliza; que en el medio natural la basura como tal no existe, y que todo desecho o residuo es tan sólo la materia prima para el inicio de un nuevo proceso. Que la basura es un producto estrictamente humano. Y que mediante las tecnologías

de separación, tratamiento y reciclado de los desechos, lo que hace el hombre en realidad no es más que tratar de reproducir lo que sucede en la naturaleza.

Enseñarles a clasificar los desecho en los Centros Educativos y en el propio hogar, y de esta manera facilitar en lo adelante su manejo, tratamiento y reciclado. Una primera clasificación permitirá separar los desechos putrescibles y los no putrescibles; los primeros, luego de un tratamiento simple, pueden ser reutilizados para ciertas prácticas agrícolas, como fertilizantes orgánicos y mejoradores de suelos. Los no putrescibles tendrían que ser sometidos, primero, a nuevos procesos de clasificación (ferrosos y no ferrosos, plásticos, vidrios blancos, vidrios coloreados, y otros), y después, cada uno de esos tipos de desechos se someterá a un proceso específico de tratamiento industrial, a fin de lograr el grado de calidad necesario para su reuso.

Capacitaciones en temas sobre el medio ambiente

Solicitar al Ministerio de Medio Ambiente capacitaciones a los alumnos acerca de la importancia del medio ambiente por lo menos 2 veces al año.

Espectáculos infantiles con mensajes sobre el medio ambiente

Como bachilleres de los Centros Escolares, y por ser los mayores y ejemplo para los alumnos menores, deben de realizar espectáculos o teatros relacionados con el medio ambiente para fomentar a los menores a colaborar y apoyar conversación y preservación del ecosistema de país, previendo la deforestación y la contaminación ambiental.

Excursiones a las bellezas naturales

Realizar excursiones durante el periodo escolar a los diferentes lugares turísticos de sus municipios, acompañados con un guía turístico para les de información artística, histórica, etc., en sus visitas con el fin de informarles de los recursos turísticos existente.

Plantación de árboles

Pedir la donación al Banco Agrícola de arbolitos para ser plantados en el municipio.

Usar formas de transportación no contaminantes

Fomentar el recurso de caminar, correr, o ir en bicicleta de un lugar a otro siempre y cuando el destino sea cercano y de esta manera contaminar menos el ambiente.

Programas de ahorro de energía

Reducción de la contaminación lumínica y del uso indiscriminado de la luz tanto en los Centros Educativos como en sus propios hogares, a través de la adopción de medidas que ayuden a disminuir su impacto.

4.6.3.3. “Campaña de Cultura Turística: “Trata bien al turista y trataras bien tu municipio”

Es importante destacar la cultura turística sobre la actitud de los ciudadanos y la imagen de su municipio, dando a conocer los beneficios del turismo a los alumnos y apelando al sentido de pertenencia a la nación. El Turismo es empresa de todos y beneficia a todos.

Esta campaña busca concienciar a los alumnos que todas las personas están de alguna manera vinculadas al turismo, desde artesanos, mozos, barman, taxistas, hasta los propios guías de turismo del municipio.

Acciones a realizar por los alumnos:

Charlas de Cultura Turística

Buscar el apoyo del Ministerio de Turismo para realizar conjunto de acciones y actividades para que los bachilleres conozca y valoren el desarrollo de la actividad turística, en condiciones de la sostenibilidad del recurso, así como a la promoción de sus valores autóctonos. Solicitar material informativo por parte del Ministerio de Turismo y distribuirlos a la población los fines de semana en algún lugar público.

Apoyo de medios locales

Que los alumnos de bachillerato soliciten a los medios de comunicación de su municipio a difundir campañas de conciencia y sensibilización turística para la población y que esta publicidad sea de cortesía.

Visita a las radios de sus municipios

Que un grupo de alumnos visiten una vez por semana una radio local y promuevan la importancia de la cultura turística.

4.6.3.4. Concursos

Acciones a realizar por los alumnos:

Dibuja tu municipio

Se solicita el apoyo del principal periódico para poder hacer un concurso en el cual deberán dibujar un destino turístico de su municipio y el mejor será publicado en el periódico y así poder promover ese lugar.

Concurso fotográfico

Tomar fotografías de turistas divirtiéndose en algún lugar turístico del municipio, y la mejor fotografía servirá como postal para promover el municipio. Para esto deberán solicitar el apoyo de empresas fotográficas para que les impriman las postales.

Concurso de colonia limpia

Solicitar a la Alcaldía el apoyo para divulgar una campaña de limpieza por Colonia y quien tenga mas limpio su lugar, la Alcaldía le apoyara con una solicitud que esa colonia tenga.

4.7. Presupuesto

Para la implementación del Plan de Sensibilización, se ha considerado el siguiente presupuesto, específicamente para la reproducción del material de apoyo a utilizar en cada uno de los Taller y Concursos Propuestos.

EL SALVADOR	Formación de formadores (25 personas)				Total
		c/u	cantidad	total	\$4,137.50
	Material didáctico (10 pgs)	\$6.00	25	\$150.00	
	Guía didáctica del formador (20 pgs)	\$10.00	25	\$250.00	
	Afiches	\$1.00	25	\$25.00	
	SubTotal			\$425.00	
	Sensibilización de Alumnos (289 personas)				
		c/u	cantidad	Total	
	Guía didáctica del alumnos (20 pgs)	\$10.00	289	\$2,890.00	
	Afiches	\$1.00	289	\$289.00	
	SubTotal			\$3,179.00	
	Concursos				
		c/u	cantidad	Total	
	Folletos instructivos (trifolios)	\$1.50	289	\$433.50	
	Afiches	\$1.00	100	\$100.00	
	SubTotal			\$533.50	

HONDURAS	Formación de formadores (45 personas)				Total
		c/u	cantidad	total	\$6,352.50
	Material didáctico (10 pgs)	\$6.00	45	\$270.00	
	Guía didáctica del formador (20 pgs)	\$10.00	45	\$450.00	
	Afiches	\$1.00	45	\$45.00	
	SubTotal			\$765.00	
	Sensibilización de Alumnos (435 personas)				
		c/u	cantidad	total	
	Guía didáctica del alumnos (20 pgs)	\$10.00	435	\$4,350.00	
	Afiches	\$1.00	435	\$435.00	
	SubTotal			\$4,785.00	
	Concursos				
		c/u	cantidad	total	
	Folletos instructivos (trifolios)	\$1.50	435	\$652.50	
	Afiches	\$1.00	150	\$150.00	
	SubTotal			\$802.50	
TOTAL DE PRESUPUESTO				\$10,490.00	

4.8. Cronograma de Actividades del Plan de Sensibilización

Calendarización Semanal: Talleres de Sensibilización Turística																		
		Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4				Mes 5
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
		12 horas	12 horas	3 horas	3 horas	3 horas	3 horas	3 horas	3 horas	10 horas	10 horas	10 horas	3 horas	6 horas	6 horas	6 horas	6 horas	6 horas
Etapa I	Formación de formadores																	
	Diseño de programas de aprendizaje, con enfoque turístico (implementación, evaluación y seguimiento)																	
	Historia de su localidad																	
	Patrimonio cultural																	
	Atractivos de su localidad																	
	Cultura turística y atención al turista																	
	Aspectos generales del turismo (términos y simbología)																	
	Medio ambiente																	
	Beneficios directos e indirectos del turismo																	
	Uso de la guía práctica																	
Etapa II	Sensibilización de alumnos de bachillerato																	
	Cultura turística y atención al turista																	
	Historia de su localidad																	
	Patrimonio cultural																	
	Atractivos de su localidad																	
	Aspectos generales del turismo (términos y simbología)																	
	Medio ambiente																	
	beneficios directos e indirectos del turismo																	
	Recorridos por atractivos turísticos																	
Etapa III	Evaluación de resultados																	
	Asignación de proyecto																	
	Investigación																	
	Presentación de proyecto																	
Etapa IV	Campañas y concursos																	
	Campaña de limpieza: "Limpiemos nuestra casa"																	
	Campaña de Medio Ambiente: "Ecoguardianes"																	
	Campaña de Cultura Turística: "Trata bien al turista y trataras bien tu municipio".																	
	Concursos																	

Bibliografía

- <http://www.buenastareas.com/ensayos/Promoci%C3%B3n-Tur%C3%ADstica/163267.html>, visitada el 18 de agosto de 2011, a las 9:30 p.m.
- <http://www.todointernet.com/db/articulo.php?show=1243>, visitada el 18 de agosto de 2011, a las 9:33 p.m.
- <http://www.different.com.mx/ecoturismo/mas-ecoturismo/turismo-aventura.html>, visitada el 18 de agosto de 2011, a las 9:46 p.m.
- <http://definicion.de/turismo-rural/>, visitada el 18 de agosto de 2011, a las 9:50 p.m.
- <http://www.monografias.com/trabajos41/turismo-de-salud/turismo-de-salud.shtml>, visitada el 18 de agosto de 2011, a las 9:52 p.m.
- <http://www.hospitaldigital.com/2008/08/28/turismo-y-salud/>, visitada el 20 de agosto de 2011, a las 6:18 p.m.

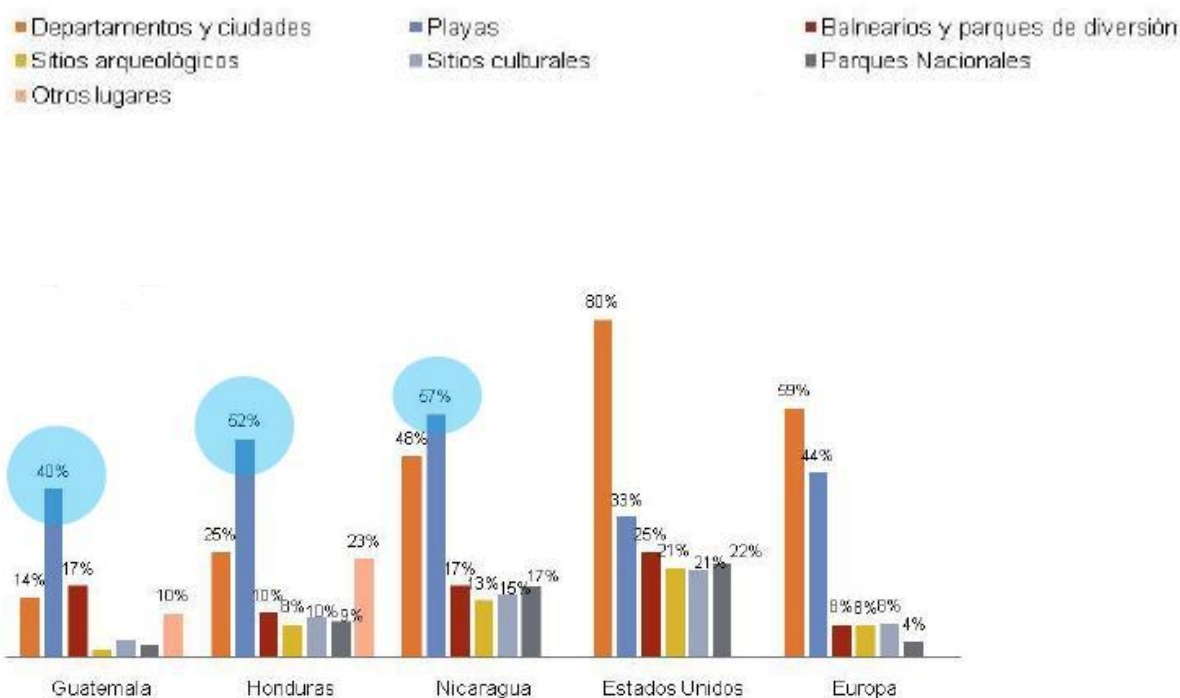
- <http://turismo.de-mas.net/index.php?orden=c>, visitada el 20 de agosto de 2011, a las 6:26 p.m.
- <http://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm>, visitada el 20 de agosto de 2011, a las 7:02 p.m.
- <http://www.definicionabc.com/social/restaurante.php>, visitada el 20 de agosto de 2011, a las 7:16 p.m.
- <http://html.rincondelvago.com/tipos-de-transporte.html>, visitada el 20 de agosto de 2011, a las 7:31 p.m.
- <http://html.rincondelvago.com/turismo-sostenible.html>, visitada el 20 de agosto de 2011, a las 7:38 p.m.

Anexos

1. Gráfica de Datos Estadísticos de Demanda

San Luis La Herradura, El Salvador

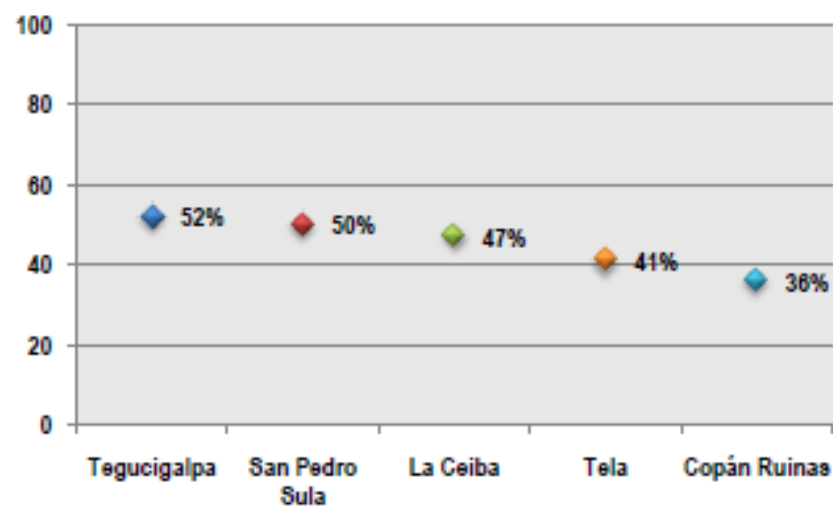
Por lugares visitados. Año 2010



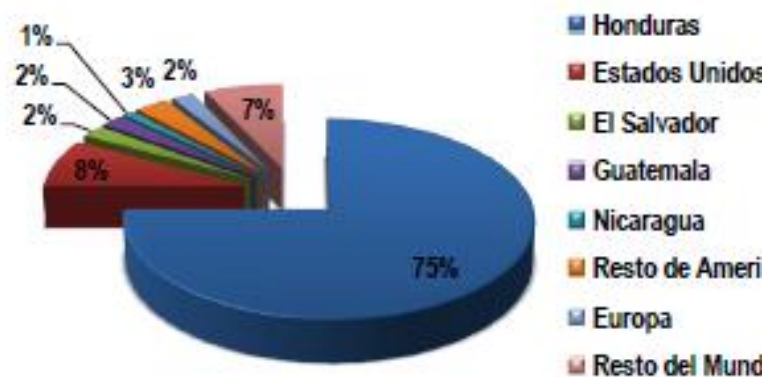
Ocio es el motivo de viaje principal de los residentes en Guatemala (67%) y Nicaragua (71%) cuyo alojamiento principal ha sido hoteles y similares (75 y 73% respectivamente), por lo que respecta a los lugares visitados han sido las playas, lo que hace coincidir con el motivo mencionado y hace suponer que los hoteles de playa son los más buscados para estos mercados. En el caso de Nicaragua, los departamentos y ciudades (48%) y las Playas (57%) encabezan la preferencia. Comportamiento similar ocurre con los mercados de Estados Unidos y Europa en cuanto a lugares visitados.

La Ceiba, Honduras

Ocupación Promedio



Nacionalidad de los Turistas



2. Índice de Competitividad en viajes y turismo

Table 1: Travel & Tourism Competitiveness Index 2011 and 2009 comparison

Country/Economy	2011		2009	
	Rank/139	Score	Rank/133	
Switzerland	1	5.68	1	
Germany	2	5.50	3	
France	3	5.41	4	
Austria	4	5.41	2	
Sweden	5	5.34	7	
United States	6	5.30	8	
United Kingdom	7	5.30	11	
Spain	8	5.29	6	
Canada	9	5.29	5	
Singapore	10	5.23	10	
Iceland	11	5.19	16	
Hong Kong SAR	12	5.19	12	
Australia	13	5.15	9	
Netherlands	14	5.13	13	
Luxembourg	15	5.08	23	
Denmark	16	5.05	14	
Finland	17	5.02	15	
Portugal	18	5.01	17	
New Zealand	19	5.00	20	
Norway	20	4.98	19	
Ireland	21	4.98	18	
Japan	22	4.94	25	
Belgium	23	4.92	22	
Cyprus	24	4.89	21	
Estonia	25	4.88	27	
Malta	26	4.88	29	
Italy	27	4.87	28	
Barbados	28	4.84	30	
Greece	29	4.78	24	
United Arab Emirates	30	4.78	33	
Czech Republic	31	4.77	26	
Korea, Rep.	32	4.71	31	
Slovenia	33	4.64	35	
Croatia	34	4.61	34	
Malaysia	35	4.59	32	
Montenegro	36	4.56	52	
Taiwan, China	37	4.56	43	
Hungary	38	4.54	38	
China	39	4.47	47	
Bahrain	40	4.47	41	
Thailand	41	4.47	39	
Qatar	42	4.45	37	
Mexico	43	4.43	51	
Costa Rica	44	4.43	42	
Puerto Rico	45	4.42	53	
Israel	46	4.41	36	
Tunisia	47	4.39	44	
Bulgaria	48	4.39	50	
Poland	49	4.38	58	
Turkey	50	4.37	56	

Country/Economy	2011		2009	
	Rank/139	Score	Rank/133	
Lebanon	70	4.03	n/a	
Albania	71	4.01	90	
Dominican Republic	72	3.99	67	
Georgia	73	3.98	73	
Indonesia	74	3.96	81	
Egypt	75	3.96	64	
Macedonia, FYR	76	3.96	80	
Colombia	77	3.94	72	
Morocco	78	3.93	75	
Trinidad and Tobago	79	3.91	84	
Vietnam	80	3.90	89	
Sri Lanka	81	3.87	78	
Serbia	82	3.85	88	
Azerbaijan	83	3.85	76	
Namibia	84	3.84	82	
Ukraine	85	3.83	77	
Guatemala	86	3.82	70	
Ecuador	87	3.79	96	
Honduras	88	3.79	83	
Cape Verde	89	3.77	n/a	
Armenia	90	3.77	91	
Botswana	91	3.74	79	
Gambia, The	92	3.70	87	
Kazakhstan	93	3.70	92	
Philippines	94	3.69	86	
Kuwait	95	3.68	95	
El Salvador	96	3.68	94	
Bosnia and Herzegovina	97	3.63	107	
Guyana	98	3.62	102	
Moldova	99	3.60	93	
Nicaragua	100	3.56	103	
Mongolia	101	3.56	105	
Rwanda	102	3.54	n/a	
Kenya	103	3.51	97	
Senegal	104	3.49	101	
Syria	105	3.49	85	
Venezuela	106	3.46	104	
Kyrgyz Republic	107	3.45	106	
Ghana	108	3.44	110	
Cambodia	109	3.44	108	
Tanzania	110	3.42	98	
Zambia	111	3.40	100	
Nepal	112	3.37	118	
Algeria	113	3.37	115	
Iran, Islamic Rep.	114	3.37	n/a	
Uganda	115	3.36	111	
Swaziland	116	3.35	n/a	
Bolivia	117	3.35	114	
Tajikistan	118	3.34	109	
Zimbabwe	119	3.31	121	

Table 3: The Travel & Tourism Competitiveness Index 2011: The Americas

Country/Economy	OVERALL INDEX			SUBINDEXES					
	Regional rank	Overall rank	Score	T&T regulatory framework		T&T business environment and infrastructure		T&T human, cultural, and natural resources	
				Rank	Score	Rank	Score	Rank	Score
United States	1	6	5.30	44	5.01	3	5.42	1	5.48
Canada	2	9	5.29	25	5.28	5	5.38	7	5.21
Barbados	3	28	4.84	20	5.45	21	4.99	47	4.07
Mexico	4	43	4.43	74	4.48	61	3.91	13	4.90
Costa Rica	5	44	4.43	47	4.92	58	3.95	33	4.43
Puerto Rico	6	45	4.42	40	5.05	38	4.55	88	3.65
Brazil	7	52	4.36	80	4.40	75	3.55	11	5.13
Panama	8	56	4.30	52	4.84	52	4.08	57	3.97
Chile	9	57	4.27	48	4.91	56	3.99	62	3.89
Uruguay	10	58	4.24	30	5.19	71	3.62	60	3.93
Argentina	11	60	4.20	72	4.51	70	3.66	35	4.41
Jamaica	12	65	4.12	55	4.79	59	3.93	87	3.65
Peru	13	69	4.04	87	4.30	82	3.40	34	4.42
Dominican Republic	14	72	3.99	63	4.66	69	3.66	89	3.65
Colombia	15	77	3.94	102	4.17	92	3.30	39	4.36
Trinidad and Tobago	16	79	3.91	100	4.18	51	4.13	111	3.42
Guatemala	17	86	3.82	103	4.08	81	3.40	58	3.96
Ecuador	18	87	3.79	93	4.24	93	3.26	64	3.87
Honduras	19	88	3.79	90	4.27	80	3.41	77	3.68
El Salvador	20	96	3.68	84	4.35	79	3.49	124	3.19
Guyana	21	98	3.62	91	4.25	99	3.10	102	3.50
Nicaragua	22	100	3.56	105	3.99	104	3.03	84	3.66
Venezuela	23	106	3.46	120	3.67	96	3.15	99	3.55
Bolivia	24	117	3.35	133	3.36	111	2.87	67	3.82
Paraguay	25	123	3.26	107	3.95	122	2.72	130	3.11

Note: Suriname is not covered this year.

3. Formato de Encuesta realizada a los Alumnos de Bachillerato.

UNIVERSIDAD FRANCISCO GAVIDIA
DIRECCIÓN DE POSTGRADOS Y EDUCACIÓN CONTÍNUA
POSTGRADO: "ESPECIALISTA REGIONAL EN PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA EN TURISMO SITCA/CCT"



Buen día, somos alumnas egresadas del Postgrado "Especialista Regional en Planificación Estratégica en Turismo", y estamos realizando un Trabajo de Investigación que consiste en identificar los conocimientos en desarrollo local a través del turismo de los alumnos de bachillerato de los municipios de San Luis La Herradura de El Salvador y La Ceiba de Honduras, para la creación de un Plan de Sensibilización, por lo anterior le solicitamos nos pueda apoyar contestando la siguiente encuesta. Muchas Gracias.-

Nivel de Bachillerato: 1º Año ☐ 2º Año ☐ 3º Año ☐ Edad: _____ años Sexo: ☒ F ☐ M ☐

Indicaciones: A continuación se presenta una serie de preguntas con opciones múltiples, las cuales son necesarias que responda utilizando una X en la que considere pertinente y en el orden correlativo presentado.

1. Como Turismo, se entiende: ☐ Actividad de Recreación y Ocio ☐ Actividad Económica ☐ Todas las anteriores	5. ¿Considera que su Municipio es un destino turístico? ☐ Si ☐ No ¿Por qué? _____
2. ¿El Turismo es realizado por?: ☐ Personas Extranjeras ☐ Personas Nacionales ☐ Todas las anteriores	6. ¿Qué importancia tiene el turismo de su municipio para usted? ☐ Mucha importancia ☐ Poca importancia ☐ No tiene importancia
3. ¿Si una persona de su municipio visita otro municipio de su mismo país, es considerado? ☐ Turista Extranjero ☐ Turista Nacional ☐ Otro: _____	7. ¿Con que frecuencia, considera que su municipio es visitado por Turistas? ☐ No es visitado ☐ Poco visitado ☐ Bastante visitado ☐ Muy visitado
4. ¿Ha visitado algún destino turístico en su país? ☐ Si ☐ No Si su respuesta fue si, contestar las preguntas Nº 5 y 6.	8. ¿Qué estaría dispuesto hacer para aumentar el turismo en su municipio? ☐ Capacitarse en el área de turismo ☐ Abrir un negocio turístico ☐ Hacer turismo dentro de su municipio ☐ Otro: _____

9. ¿Qué tipos de atractivos turísticos posee su municipio? ☐ Playa y Estero ☐ Centro Histórico ☐ Turicentro o Centro Turístico ☐ Otro: _____	15. ¿Considera que para que exista un desarrollo local de su municipio a través del turismo, debe contar con el apoyo de la Alcaldía? ☐ Si ☐ No Si su respuesta fue Si, conteste pregunta N° 16
10. ¿Qué tipo de infraestructura posee su municipio para atender a Turistas? ☐ Hoteles ☐ Restaurantes ☐ Centros Recreativos ☐ Otro: _____	16. ¿Qué tipo de apoyo puede brindar la Alcaldía Municipal, para el desarrollo local? ☐ Realizar Campañas de Limpieza ☐ Brindar capacitaciones a empresarios ☐ Realizar campañas de Sensibilización ☐ Otro: _____
11. ¿Cómo considera la infraestructura para atender a Turistas en su municipio? ☐ Necesita Mejorar ☐ Regular ☐ Buena ☐ Muy Buena	17. ¿Cómo considera el apoyo de la Alcaldía de su municipio para el desarrollo local del mismo a través del turismo? ☐ No existe ☐ Poco ☐ Bastante
12. ¿Con qué tipos de servicios de atención para los Turistas cuenta su municipio? ☐ Hospitales ☐ Centros de Atención al Turista ☐ Puestos Policiales ☐ Otro: _____	18. ¿Considera que para que exista un desarrollo local de un municipio es necesario la conservación de los recursos naturales y culturales? ☐ Si ☐ No Si su respuesta fue Si, conteste pregunta N° 19.
13. ¿Considera usted que el turismo, puede ayudar al desarrollo local de su municipio? ☐ Si ☐ No. ¿Por qué? _____ Si su respuesta fue Si, conteste pregunta N° 14.	19. ¿Qué tipo de actividades se pueden realizar para la conservación de los recursos naturales y culturales de su municipio? ☐ Campañas de Limpieza ☐ Reforestación ☐ Otro: _____
14. ¿Cómo considera que el turismo ayuda al desarrollo local de su municipio? ☐ Generando más empleos ☐ Generando desarrollo social ☐ Generando más ingresos económicos ☐ Todas las anteriores	20. ¿Consideraría la posibilidad de emprender en el futuro un negocio dentro del Sector Turístico? ☐ Si ☐ No ¿Por qué? _____

4. Presentación de la Guía Didáctica, para ser utilizada en los Talleres de sensibilización.

Plan de Sensibilización Turística



Grupo Meta:
Alumnos de Bachillerato de los Centros Educativos Públicos

Definiciones Generales dentro del Turismo



¿Qué es 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, por negocios y otros motivos.

- El Turismo está integrado por múltiples servicios directos e indirectos brindados por personas dedicadas exclusivamente a brindar esos servicios o los proporcionan de manera secundaria.
- Se considera que el Turismo, nació en el siglo XIX, como uno de los resultados de la Revolución Industrial, ya que influyó en que muchas personas se movilizarán por motivos de descanso, motivos sociales o culturales.

Turismo Interno

Es el Turismo que realizan las personas residentes, en el territorio de su país o región determinada.

Este Turismo, se caracteriza principalmente porque los turistas no salen de su territorio nacional.

Turismo Local

El Turismo Local, esta íntimamente relacionado con el Interno, pues se puede llegar a considerar como una parte del mismo, ya que el Turismo Local, es aquel que los habitantes de un lugar, ciudad o destino determinado realizan dentro de su mismo entorno.

o Oferta Turística



Está integrada por los elementos que atraen al turista a un destino determinado y satisfacen todas sus necesidades.

o Demanda Turística

La componen los visitantes y se ve afectada por:

- motivaciones que animan a viajar;
- mejoras económicas,
- cambios demográficos y sociales,
- la mejora tecnológica, factores políticos, etc.;
- finalmente factores propios del mercado, como el conocimiento de la oferta, desarrollo de productos turísticos.

o Destino Turístico

Área Geográfica donde se concentran instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas o visitantes que llegan a dichos lugares.

Pueden considerarse como destino un país, región, ciudad o un lugar concreto.

o Atractivo Turístico

Forma parte del Destino Turístico y es el lugar, zona o acontecimiento de interés turístico por el cual lleva a los turistas o visitantes a seleccionarlo como su destino de ocio y diversión.

o Promoción Turística

Es aquella actividad a través de la cual se promueve integral y competitivamente a un destino o región determinada con sus productos y destinos en los mercados nacionales e internacionales.

o Cultura Ambiental

Se puede entender como Cultural Ambiental al proceso para reconocer valores y conceptos con el objeto de fomentar actitudes y aptitudes mínimas para entender y apreciar las relaciones entre el hombre, su cultura y su medio ambiente.



o Desarrollo Local

Proceso de transformación de la economía y sociedad de una localidad, orientado a superar los problemas y retos existentes.

Mejorando las condiciones de vida de sus habitantes a través de una acción decidida entre los actores locales, públicos y privados, para un aprovechamiento efectivo y eficiente de los recursos económicos y sociales que la localidad posee y fomentando una cultura empresarial local.

Tipos de Turismo

o Turismo Cultural

Se considera como Turismo Cultural, aquel que está motivado por conocer, experimentar, comprender y disfrutar de los distintivos espirituales, materiales, intelectuales y afectivos; es decir sus costumbres, tradiciones e infraestructura, que son característicos de un grupo social o sociedad de un lugar determinado.

o Turismo Sol y Playa

Tipo de turismo, que se da en localidades costeras en las que existen playas, y la mayoría de tiempo, las condiciones climáticas son de tiempo soleado y temperaturas suaves. En ellas suele haber gran cantidad de hoteles y actividades para ocio y tiempo libre. Durante el día se suele acudir a las playas donde se toma el sol y por la noche se realizan diferentes actividades en los hoteles o zonas de esparcimiento.

o Turismo de Aventura



Es aquel Turismo en que las personas desean realizar actividades recreativas relacionadas a desafíos impuestos por la naturaleza. Está integrado por diversas actividades conforme al espacio natural donde se desarrollan.

Los espacios naturales donde se puede realizar este tipo de turismo son: Tierra, Agua y Aire.

o Turismo Rural

Es aquella actividad turística que se realiza en un espacio rural determinado, principalmente con espacios y población relativamente pequeños, ubicadas normalmente cerca de las ciudades y que tiene como finalidad un acercamiento entre los visitantes y los habitantes campesinos del mismo.

o Turismo de Salud



Es aquel Turismo que realizan las personas para desplazarse a lugares que brindan posibilidades de diversiones sanas, educacionales, recreativas y que a la vez aportan para el cuidado de su salud.

o Turismo de Cruceros

Turismo que se caracteriza, por llevarse a cabo en un buque, que en su interior posee diversidad de servicios y actividades para realizarse durante el tiempo de trayecto del viaje. Principalmente el objetivo por el que se realiza este tipo de Turismo no es por el destino, sino por el trayecto en sí, estar a bordo del crucero, por tal razón los trayectos son en su mayoría largo con múltiples opciones de desembarcar en diferentes destinos durante el trayecto.

o Turismo de Negocios y Convenciones

Turismo que es realizado específicamente por la persona que la finalidad de su viaje es por algún tipo de negocio o actividades profesionales y/o mercantiles y que a la vez aprovecha para disfrutar de las actividades recreativas que el destino que visita le ofrece como cultura, gastronomía, playa, montañas, etc.

Clases de Turista



o Turista Nacional

Toda persona que permanece al menos una noche fuera de su lugar habitual de residencia y que realiza actividad turística dentro del interior de su país.

o Turista Extranjero

Persona que realiza cualquier tipo de actividad turística fuera de su territorio de residencia y al menos pernocta (duerme) una noche fuera de su país.

Actividades Económicas Turísticas que pueden realizar dentro del Municipio



o Alojamiento

Servicio de hospedaje que tiene como finalidad el brindar un espacio cómodo de reposo para que las personas puedan pernoctar. Entre los tipos de Alojamiento tenemos: Hoteles, Hostales, Moteles, etc.



o Restaurante

Establecimiento en el cual se provee a las personas de alimentos de diverso tipo. Siempre se otorga a los clientes a cambio de un pago y se especializan en algún tipo de comida específica de alguna localidad o región.

o Artesanías

Son los trabajos realizados de forma manual por las personas, las cuales se caracterizan por ser distintivas de un lugar o región determinada.



o Medios de Transporte Turístico

Son los servicios que las empresas brindan, para transportar a personas, equipajes y mercancías de un lugar a otro. Los transportes turísticos pueden ser terrestres, marítimos y aéreos.



Beneficios a nivel local del Turismo



Beneficios Económicos

1. Generación de ingresos, contribución al PIB, creación de empleo (directo e indirecto), distribución de la renta, desarrollo de otros sectores, proporciona nuevas zonas de ocio.
2. Creación de infraestructura para satisfacer las necesidades de los visitantes.
3. Se logra un financiamiento para la mejora de las infraestructuras utilizadas por los turistas y residentes.



Beneficios Sociales

1. El desarrollo del turismo puede influir sobre la estructura de las sociedades, anfitriones, generando o incrementando la diferenciación social.
1. Establecimientos de estándares de calidad para los diversos sectores, para lograr una superación en las expectativas de los clientes.
2. Posicionamiento del Municipio a nivel nacional como un destino turístico.
3. Lograr una vinculación estrecha entre los ciudadanos y los visitantes.

Beneficios Medioambientales

1. Contribuye al reforzamiento de la identidad local, relacionados a los beneficios de los conocimientos.
2. Se logra una conciencia de conservación en los ciudadanos, de los recursos naturales.
3. Creación de políticas gubernamentales para la conservación de los recursos culturales y naturales.



Datos Generales, Geográficos y Culturales de los Municipios de San Luis La Herradura de El Salvador y La Ceiba de Honduras.



A partir de esta diapositiva, se darán a conocer los aspectos particulares de cada municipio

5. Evaluación de Conocimientos adquiridos por parte de los Alumnos de Bachillerato, posterior a los Talleres de Sensibilización Turística.

Evaluación de Conocimientos

Escuela: _____ Lugar: _____

Grado:: _____ Fecha: _____

Primera Parte

Indicaciones: Colocar el concepto correcto a las preguntas abajo mencionadas.

Turismo Cultural	Turismo de Salud
Promoción Turística	Turismo Local
Turista Nacional	Oferta Turística
Ecoturismo	Turismo de Negocios y
Turista Extranjero	Convenciones
Desarrollo Local	Turismo Interno
Turismo de Aventura	

1. ¿Cual es el turismo que se caracteriza principalmente porque los turistas no salen de su territorio nacional, sino que lo realizan en diferentes zonas de su actual residencial?

2. ¿Cual es el turismo en el que los habitantes de un lugar, ciudad o destino determinado realizan dentro de su mismo entorno?

3. ¿Cuál es el elemento que atraen al turista a un destino determinado y satisfacen todas sus necesidades?

4. ¿Cual es la actividad en la que se promociona integral y competitivamente a un destino o región con sus productos y ofertas?

5. ¿Cual es el proceso de transformación de la economía y sociedad de una localidad?

6. ¿Turismo que está motivado por conocer, experimentar, comprender y disfrutar de las costumbres, tradiciones e infraestructura de un lugar?

7. ¿Turismo en el que las personas desean realizar actividades recreativas relacionadas a desafíos impuestos por la naturaleza?

8. ¿Turismo que como finalidad tiene la convivencia directa con la naturaleza sin alterar el equilibrio ecológico del mismo y evitando daños a la naturaleza?

9. ¿Turismo que como finalidad es viaje por algún tipo de negocio o actividades profesionales y/o mercantiles y que a la vez aprovecha para disfrutar de las actividades recreativas?

10. ¿Tipo de turista que realiza cualquier tipo de actividad turística fuera de su territorio de residencia y al menos duerme una noche fuera de su país?

11. ¿Tipo de turista en la que la persona permanece al menos una noche fuera de su lugar habitual de residencia y que realiza actividad turística dentro del interior de su país?

12. Turismo en el que las personas para desplazarse a lugares que brindan posibilidades de diversiones sanas, educacionales, recreativas y que a la vez aportan para el cuidado de su salud?

Segunda Parte

Indicaciones: Complete las siguientes interrogantes.

13. ¿Qué Tipo de Beneficios puede brindar el Turismo a su Municipio para el Desarrollo Local?

14. ¿Considera que el Turismo, puede ayudar a la conservación de los recursos naturales y culturales?

Si _____ No _____

Porque: _____

15. ¿Qué Tipos de Actividades Económicas pueden realizarse dentro del Turismo?

6. Recomendación de Modelo de las Guías Didácticas



QUE ES EL TURISMO

El Turismo: "comprende las 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".

El Turismo se realiza, dependiendo de las causas de motivación por parte de los individuos, que normalmente va enfocado a satisfacer las necesidades de consumo de sus deseos de recreación y/u ocio.

El Turismo está integrado por múltiples servicios directos e indirectos brindados por personas dedicadas exclusivamente a brindar esos servicios o los proporcionan de manera secundaria, como por ejemplo: hospedaje, alimentación, transporte, telecomunicación, etc.





TIPOS DE TURISTAS

Turista Nacional

Toda persona que permanece al menos una noche fuera de su lugar habitual de residencia y que realiza actividad turística dentro del interior de su país.

Turista Extranjero

Persona que realiza cualquier tipo de actividad turística fuera de su territorio de residencia y al menos pernocta (duerme) una noche fuera de su país.

