



PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO ECONÓMICO LOCAL DEL MUNICIPIO DE SAN PEDRO MASAHUAT

OCTUBRE DE 2012



• Democracia • Desarrollo • Transparencia • Empoderamiento



PLAN ESTRATÉGICO DE
DESARROLLO ECONÓMICO
LOCAL DE SAN PEDRO
MASAHUAT

Edición:
Iniciativa Social Para la
Democracia (ISD)

Coordinación General:
Lic. Ramón Villalta
Director Ejecutivo

Coordinador de proyecto:
Danilo Flores

Consultor:
Ing. Osmín Domínguez

Revisión y corrección:
Danilo Flores
Ing. Osmín Domínguez

Bajo lo auspicios de:
Inter-American Foundation
IAF

CONTENIDO

- 1.- Diagnóstico del Potencial Económico del Municipio de San Pedro Masahuat.
- 2.- Plan Estratégico de Desarrollo Económico Local de San Pedro Masahuat.
- 3.- Estrategia Bolsa de Inversiones.
- 4.- Política Municipal de Desarrollo Económico Local.
- 5.- Ordenanza Municipal de Desarrollo Económico Local.
- 6.- Unidad Municipal de Desarrollo Económico Local.

PRESENTACIÓN

El Plan de Desarrollo Económico que hoy presentamos es producto de varios años de acercamientos y pláticas con las autoridades municipales de San Pedro Masahuat, que finalmente nos llevó a la formulación de un proyecto en el cual pretendíamos generar las condiciones para el impulso del Desarrollo Económico Local en San Pedro Masahuat.

Durante la ejecución de este proyecto, hemos logrado redescubrir las potencialidades económicas del municipio: Tierra, mar, paisaje, historia, cultura pero sobre todo la calidez de su gente y su capacidad emprendedora, especialmente de sus mujeres quienes son una parte fundamental en la dinámica económica del municipio.

El presente Plan propone dos ejes de acción estratégicos para el Desarrollo Económico: La industria agropecuaria y la industria turística, alrededor de la cual podrán girar una gran cantidad de iniciativas económicas de toda envergadura.

También hemos propuesto herramientas administrativas que apoyan la gestión económica del municipio, liderada desde la municipalidad.

Con orgullo y satisfacción hacemos entrega oficial, a las autoridades correspondientes, del documento “Plan Estratégico de Desarrollo Económico Local de San Pedro Masahuat con el cual esperamos haber contribuido a la generación de condiciones para el Desarrollo Económico Local.

Agradecemos a la Municipalidad de San Pedro Masahuat, autoridades y funcionarios, por sus valiosos aportes al proceso de elaboración del Plan.

Agradecemos de manera especial a la Fundación Inter-Americana (IAF) por haber confiado en nosotros y por el apoyo financiero al proyecto.

Ramón Villalta

Director Ejecutivo

Iniciativa Social para la Democracia

ISD



DIAGNOSTICO DEL POTENCIAL ECONÓMICO DEL MUNICIPIO DE SAN PEDRO MASAHUAT



Contenido

INTRODUCCION.....	9
METODOLOGIA.....	10
1. ANALISIS DE COMPETITIVIDAD TERRITORIAL.....	11
1.1 AREA GEOGRAFICA.....	11
1.2 RECURSOS NATURALES	11
1.3 FACTORES DE APOYO	12
1.3.1 Carreteras.....	12
1.3.2 Servicios básicos.....	13
1.3.3 Educación	14
1.3.4 Salud	15
1.3.5 Asistencia técnica.....	15
1.3.6 Potencial turístico en recursos culturales	16
1.3.7 Potencial turístico en recursos naturales.....	17
1.3.8 Oferta turística actual con capacidad instalada	19
1.3.9 Ordenamiento territorial.....	20
1.3.10 Población Económicamente Activa.....	21
1.3.11 Fuentes de empleo e ingreso	21
1.3.12 Remesas	21
1.3.13 Instituciones identificadas en el territorio	23
1.4 TEJIDO EMPRESARIAL.....	25
1.5 DEMANDA	29
1.6 ASOCIATIVIDAD	29
2. ANALISIS DE INDUSTRIA	30
2.1 PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES.....	32
2.2 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES.....	32
2.3 LA RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES.....	32
2.4 AMENAZAS DE NUEVOS COMPETIDORES	32
2.5 PRODUCTOS SUSTITUTOS	32
2.6 BARRERAS DE ENTRADA.....	33
2.7 DEMANDA	33

3.	ANALISIS EMPRESARIAL	33
3.1	ACTIVIDADES PRIMARIAS.....	34
3.1.1	LOGISTICA INTERNA	34
3.1.2	SISTEMA DE OPERACIONES	34
3.1.3	LOGÍSTICA EXTERNA.....	34
3.1.4	MARKETING Y VENTAS	35
3.1.5	SERVICIOS.....	36
3.2	ACTIVIDADES SECUNDARIAS	36
3.2.1	ABASTECIMIENTO.....	36
3.2.2	INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA.....	36
3.2.3	RECURSO HUMANO	36
3.2.4	DESARROLLO TECNOLÓGICO.....	37
4.	DIAGNÓSTICO SECTORIAL	37
4.1	ARBOL DE PROBLEMAS	39
4.2	FODA SECTOR JUVENTUD	39
4.3	FODA SECTOR MUJERES.....	41
4.4	FODA SECTOR EMPRESARIAL	42
5.	IDENTIFICACION DE CADENAS PRODUCTIVAS Y DE VALOR IDENTIFICADAS	44
6.	OPORTUNIDADES	48
6.1	INTERNACIONALES	48
6.1.1	CAMBIO EN LA DEMANDA INTERNACIONAL.....	48
6.2	NACIONALES.....	50
6.2.1	PROGRAMAS ESTATALES.....	50
6.2.2	OPORTUNIDADES DEL FOMILENIO.....	52
6.2.3	DESARROLLO DE INDUSTRIAS	52
6.2.4	EXPORTACIONES.....	53
6.2.5	MERCADO NACIONAL.....	55
7.	CONCLUSIONES	56
8.	RECOMENDACIONES.....	57
	ANEXOS	58

INTRODUCCION

En este documento se reflejan los datos obtenidos en los diferentes sectores y zonas del municipio de San Pedro Masahuat, que permite tener una apreciación del potencial económico del municipio. El diagnóstico ha sido realizado a nivel territorial y sectorial, y ha sido enmarcado en el análisis de competitividad del territorio para poder desarrollar actividades productivas que generen fuentes de empleo y que permitan la mejora del nivel de vida de sus habitantes. También se ha realizado un diagnóstico de la competitividad de la industria presente en el territorio, y de la competitividad empresarial, de su cadena productiva y de valor, para conocer su situación actual y de esta forma realizar propuestas de acciones a realizar para mejorarlas o potenciarlas.

Producto de esta investigación se han identificado una serie de riqueza natural y cultural con que cuenta el municipio en su zona costera, de montaña y en el centro urbano, que lo hace propicio para que las actividades productivas por las características del municipio puedan desarrollar su potencial articulándolas con la industria turística, porque el ciclo productivo de ésta industria permite integrar a otros productos con potencial en la región provenientes de artesanos, productores agrícolas, pecuarios, piscícolas, avícolas, que se integran como proveedores de la oferta de servicios turísticos como lo son los restaurantes y hoteles. Se ha identificado las cadenas productivas en el territorio y las oportunidades existentes para la región.

También se identificaron limitaciones que tienen los microempresarios para fortalecer las cadenas de valor y producir su producto o servicio, entre las que se mencionan básicamente la falta de recursos económicos y la falta de asistencia técnica que les permita fortalecer sus habilidades y destrezas para ampliar, diversificar, innovar y tecnificar su producción o actividad económica, para poder participar de manera competitiva en el mercado, por lo que se requiere de una estrategia de desarrollo que les permita fortalecerlos, dinamizarlos y articularlos

para aprovechar sus fortalezas y oportunidades, recordando que estos sectores son los que básicamente dinamizan la economía de un municipio.

METODOLOGIA

Para la realización del diagnóstico se utilizó fuentes primarias y fuentes secundarias, para obtener la información de las fuentes primarias se realizaron talleres participativos zonales y sectoriales con jóvenes, mujeres y empresarios, estos talleres estuvieron enfocados a determinar la competitividad del territorio, que comprende: Factores de Apoyo (Sistema Vial, Recursos naturales y culturales, componentes educativos, salud y asistencia técnica), el Tejido empresarial, el nivel de asociatividad y, característica y comportamiento de la demanda; en la industria se diagnosticó el tipo de industrias existentes, existencia de proveedores, barreras de entrada, productos sustitutos y demanda; y en el diagnóstico empresarial, el abastecimiento de materia prima, tecnología usada para el proceso de producción de bienes y servicios, el recurso humano, logística de entrada, proceso de producción, logística externa, mercadeo y la existencia de mecanismos de garantía de sus productos o servicios.

También en estos talleres se identificaron los actores presentes en el territorio, características de su situación o influencia para apoyarlos y su interés en el apoyo hacia los microempresarios. Se aplicó el FODA y el árbol de problemas en los talleres sectoriales con jóvenes, mujeres y empresarios. En las fuentes secundarias, se revisó bibliografía existente de las diferentes instituciones que están presentes en el territorio y de la alcaldía municipal.

Los talleres fueron coordinados con ISD y representantes de la Alcaldía Municipal quienes brindaron su apoyo en la logística y participación en los talleres.

1. ANALISIS DE COMPETITIVIDAD TERRITORIAL

1.1 AREA GEOGRAFICA

El Municipio de San Pedro Masahuat cuenta con un área geográfica de 121.38 Km². Con una extensión en el área rural de 120.77 Km² y 0.61Km² en el área urbana¹. Tiene una población de 25,446, de los cuales 12,286 son hombres y 13,160 son mujeres, estando distribuidas en la zona urbana 13,116 y en la rural 12,330; el 51% se concentra en la zona urbana, tienen un índice de masculinidad de 93.40. ²

1.2 RECURSOS NATURALES

Aunque el territorio sufre fuerte deforestación, entre su flora se identifican árboles maderables o para uso artesanal como maquilishuat, cóbanos, cedro, pito, laurel conacaste, eucalipto, aceituno, bambú, güiligüiste, icaco, sauce, paraíso, ceiba, madrecacao, teca.



Entre los árboles frutales sobresalen el mango, marañón, jocote, coco, aguacate, mamón, guayaba, marañón japonés y limón, se mencionan también entre otros granada, anona, canela, carao, naranja, arrayán. Entre los árboles de sombra y de flor identifican mangoyano, almendro, amate, pepeto, carao, almendra, izote, pito, pacaya, paterna, árbol de fuego.

Todavía identifican abundante fauna silvestre entre las que destacan ardillas, tacuacines, cusucos, mapaches, coyotes; entre las aves identifican hurracas, pijuyos, sanates, ala blanca, pericos, arroceros, patos silvestres tucanes, pichiches, en su parte costera se identifica garzas, Zarcetas y tortuga marina.

¹ Plan Estratégico Participativo San Pedro Masahuat. 2010-2014

² VI Censo de Población y V de Vivienda 2007.

Identifican reptiles como garrobos, culebras; lagomorfos como conejos, algunos todavía identifican el venado que ha sido la especie animal autóctono que ha identificado históricamente a la población del municipio pero que se ha extinguido hace años.



Entre su recurso hídrico de importancia identifican los Ríos Sepaquiapa, Tilapa, Aguacayo y Jiboa, este último sufre desbordamientos en temporadas de invierno y causa inundaciones en viviendas y calles que afectan a la población.

1.3 FACTORES DE APOYO

1.3.1 Carreteras

Las calles de accesos principales son pavimentadas, en el casco urbano se caracterizan por ser empedradas, adoquinadas y algunas que conducen a cantones son de tierra. Se puede valorar el sistema vial en buenas condiciones, aunque carecen de señalización; en invierno son dañadas por las lluvias, se inundan por el desbordamiento del Río Jiboa y no cuentan con



mantenimiento constante. Algunas calles son angostas y dificultan el tránsito vehicular. Existen todavía algunas calles cantonales de tierra que hacen difícil el tránsito en vehículo pequeño, solamente a pie, a caballo o en vehículo de doble tracción (4 x 4), específicamente en las comunidades de Santa María La Sabana y El Ángel, el acceso del Cantón Barahona por el que transitan desde San Antonio Masahuat, las comunidades de Belén, La Estancia, Los Solares, La Loma, que pasan por comunidad las Delicias ubicada al final del cantón Barahona, hacia San Pedro Masahuat, estas comunidades son fuertes en producción de granos básicos

y por el mal estado de las calles, los microempresarios de estas comunidades prefieren comercializar la producción en los municipios de El Rosario y Santiago Nonualco, hacia donde tienen más facilidad para trasladarse.

Del Cantón Buena Vista, se requiere un puente que comunique Buena Vista con el Casco urbano, ya que de este cantón los microempresarios traen productos al casco urbano como lácteos, pan artesanal, frijol, maíz, frutas como mango, marañón, anona, entre otros, y por la dificultad de las calles tienen que trasladar los productos a pie y en canastos.

Manifiestan también que en la calle que conduce hacia el Cantón Las Hojas, se requiere ampliar y pavimentar el desvío que conduce hacia el Cantón El Porvenir; y en el Caserío Las Moras, la calle que conecta con el Caserío Santa María El Coyol, hasta el Cantón San Marcelino y Caserío San Carlos I, también es de tierra y está en mal estado. Y se requiere establecer un puente que conecte el Cantón El Achiotal con el Cantón Las Isletas.

1.3.2 Servicios básicos



Cuentan con servicios de agua domiciliar, energía eléctrica, telefonía e internet. En algunos casos eficientes, en otros casos los servicios son fraccionados. En el caso del agua potable, algunos mencionan que presenta contaminación en algunas zonas.

El servicio de transporte es irregular, con promedio de una hora de intervalo entre cada viaje de San Pedro hacia otros municipios. En el transporte interno es frecuente el uso de la bicicleta.

Según el "Almanaque 262. El estado del desarrollo humano en los municipio de El Salvador 2009", en San Pedro Masahuat, el 41.1% tiene acceso al agua dentro de casa; el 84.6% tiene acceso a servicios de energía eléctrica; un 21.9% cuenta con

telefonía; un 0.3% tiene acceso a internet; el 11% tiene acceso al servicio de recolección de basura; y el 14.5 % tiene servicio de saneamiento por alcantarillado. Ver cuadro No. 1.

Cuadro No. 1³

TIPO DE SERVICIO	TOTAL	URBANO	RURAL
Agua potable	41.1%	39.3%	43.1%
Energía eléctrica	84.6%	86.6%	82.3%
Teléfono	21.9%	23.9%	19.6%
Internet	0.3%	0.4%	0.3%
Servicio de recolección de basura	11.0%	16.2%	5.4%
Saneamiento por alcantarillado	14.5%	15.7%	13.20%

Los servicios de energía eléctrica y de comunicación como la telefonía y el internet, vuelve al municipio competitivo, porque facilita la comunicación con otras regiones, y el uso adecuado de la tecnología de punta como el internet, utilizado de manera adecuada permite proyectar el municipio hacia el mundo exterior.

1.3.3 Educación



La educación en el municipio, generalmente es básica, hasta noveno grado, aunque cuentan con 4 bachilleratos, uno en el casco urbano de San Pedro y uno en los Cantones Las Isletas, San Marcelino y en caserío La Palestina, además cuentan con educación a distancia en los Cantones El Achiotal y Las Flores. Los bachilleratos ofrecen las opciones

³ Almanaque 262. El estado del desarrollo humano en los municipios de El Salvador 2009. Pág. 184. Código de Municipio 0815

de general, contador y secretariado. Los centros escolares de los Cantones San Marcelino y Dulce Nombre, se encuentran equipados con centros de cómputo y existe además un centro de cómputo municipal.

Según el "Almanaque 262. El estado del desarrollo humano en los municipio de El Salvador 2009", en San Pedro Masahuat, la tasa bruta de escolaridad media es del 22.8%, el 27.2% se concentra en la zona urbana y el 18.2% en la zona rural; el 22.0% corresponde al sexo masculino y el 23.5% al sexo femenino. Y la escolaridad promedio en años es de 4.1; siendo para la zona urbana 4.8 y para la rural 3.5; el masculino es de 4.3 y el femenino de 4.0.

1.3.4 Salud

Todas las zonas cuentan al menos con instalaciones de servicios de salud del sistema nacional, aunque manifiestan que hay deficiencias en el servicio por la falta de médicos, falta de medicamentos y de promotores de salud, y el servicio es solamente de lunes a viernes, de 7:30 a.m. a 3:30 p.m. También existen dos clínicas



municipales, una en el casco urbano y una en el Cantón Las Flores, Hacienda Astoria que funcionan de 4:00 p.m. a 7:00 a.m., de lunes a sábado, las dos están equipadas con personal permanente, con clínica y con ambulancia que brinda atención las 24 horas.

1.3.5 Asistencia técnica

Los microempresarios tienen poca cobertura en asistencia técnica, hay poca presencia de instituciones gubernamentales, entre las presentes identifican al Ministerio de Agricultura y Ganadería que actualmente está capacitando a los pescadores en técnicas de captura de peces y a los agricultores en producción de plátanos y loroco, mejoramiento de hortalizas y frutales de diferentes especies. Se identifica también el Programa de Apoyo Temporal al Ingreso (PATI) que está

capacitando en mecánica y cosmetología a través del Instituto Salvadoreño de Formación Profesional (INSAFORP).

Los participantes manifiestan que han recibido asistencia técnica a través de Organizaciones No Gubernamentales, mencionan capacitaciones especialmente en artesanías en cuero y bisutería, preparación de dulces, jaleas, mermeladas y en piñatería por la Organización de Mujeres Salvadoreñas por la Paz, ORMUSA; como iniciar un negocio por Save the Children y elaboración de jabones, dulces y jaleas por AMSATI.

1.3.6 Potencial turístico en recursos culturales

Cuentan con recursos culturales tangibles e intangibles, vinculados a las tradiciones religiosas, música, mitos y leyendas, entre ellos se identifican:

Recursos culturales intangibles:

Se encuentran entre sus tradiciones religiosas mas importantes: La celebración de las fiestas patronales en el mes de junio en honor a San Pedro Apóstol y en Enero en honor al Cristo Negro, dentro de esta celebración se realiza un acto especial en la gruta del Cristo Negro ubicada en el Río Sepaquiapa.

Entre estos recursos también cuentan con la historia del Indio Aquino; y con mitos y leyendas como: El gritón, la mujer vestida de blanco, la mujer cuche, el quita calzón, El Jutal, El Campo, La cuche con paleta, El caballo negro, el palo de naranjo, el paso del tigre; y las leyendas a nivel regional como el cipitillo, la siguanaba, la carreta chillona, el cadejo, la llorona, el justo juez.



Otro recurso cultural intangible que se identifica es la música, el municipio cuenta con músicos por tradición y la mayoría se concentra en el Cantón Barahona que es denominado como “Cuna de Músicos”, porque sus habitantes practican y se van formando desde pequeños en este arte.

Recursos culturales tangibles:

Entre los recursos culturales tangibles se identifica infraestructura como la Iglesia de San Pedro Apóstol, y las calles empedradas, un minimuseo y casas antiguas, ubicados en la zona urbana; Iglesia el Calvario en el Cantón Las Isletas; el casco de la hacienda en Cantón Achiotales, y diversidad de iglesias en los diferentes cantones.



1.3.7 Potencial turístico en recursos naturales

Se identifican un potencial turístico en el municipio con riqueza natural propicio para desarrollar la actividad del turismo.

Cantón Barahona: Ubicado al norte del casco urbano, se identifica como potencial turístico por sus características atractivas que le proporciona su clima, por la ubicación en las alturas, su belleza paisajística y además encierra mucha riqueza cultural, es llamada cuna de músicos porque en el cantón se concentran la actividad de la música. Propicio para realizar caminatas hasta el Cerro Tacuazín durante el día finalizando la noche en el cantón rodeados de música y diferentes actividades que se pueden realizar para mantener entretenido al turista.



Cerro Tacuazín: Ubicado entre los municipios de Santiago Nonualco y San Pedro Masahuat, se ubica en la zona norte del municipio en el Cantón Barahona. Por su belleza paisajística es propicio para desarrollar actividades de senderismo, caminatas, y por su riqueza histórica se puede también explotar culturalmente.



Río Sepaquiapa: Ubicado hacia el Cantón Buena Vista, por su belleza paisajística es apto para desarrollar actividades de caminatas que se pueden realizar desde el casco urbano hacia el río.

Gruta del Cristo Negro: Ubicada en el Río Sepaquiapa, por su riqueza histórica y religiosa presenta potencial especialmente porque en San Pedro Masahuat se celebran en enero, las fiestas patronales dedicadas al Cristo Negro.

Los Ausoles: Ubicados en el Río Tilapa, Cantón Sicaguite, con atractivo turístico para desarrollar actividades de caminatas y balnearios.

Otros destinos turísticos potenciales que la población identifica por zona

Durante los talleres los participantes identificaron también los siguientes destinos turísticos que ven como potenciales a desarrollar. Ver Cuadro No. 2

Cuadro No. 2

CANTON	DESTINOS
Las Isletas	El Río Jiboa.
El Achiotal	Río Jiboa.
Las Flores (Hacienda Astoria):	Montaña Astoria, El río Sepaquiapa, Ojo de agua doña Mila, este último tiene potencial turístico pero esta en peligro de extinción.
Barahona	Zona alta con clima agradable, Cuna de músicos, El cerro Tacuazín. Celebración de las fiestas patronales, El río Jiboa.
San Marcelino	Playa y Desembocadura del Río Jiboa

1.3.8 Oferta turística actual con capacidad instalada

⁴**Centro Turístico Las Hojas:** Ubicado a 50 metros de la playa Las Hojas. Este centro alberga a 10 microempresas con promedio de 2 empleados, ofrecen comida típica de la zona, pescado, mariscos, pollo. Los clientes de este centro son turistas nacionales procedentes de San Salvador e internacionales con rutas turísticas en la zona, y población local.

⁵**Parque Acuático Atlantis:** Ubicado en la jurisdicción del cantón Las Isletas, a 50 minutos de San Salvador y 30 del Aeropuerto Internacional de Comalapa, Este parque tiene un promedio de 25 empleados, entre sus clientes están turistas nacionales y extranjeros.

⁶**Las Hojas Resort:** Se ubica a 30 minutos de San Salvador, y a 10 del aeropuerto de Comalapa, se ofrece servicios de bungalos, equipados con dormitorios, cocina, baños, comedor, TV, aire acondicionado e implementos de cocina. Cuenta con 32 empleados la mayoría de la zona. Los clientes son personas en general de nivel medio a alto, nacionales e internacionales.

⁷**Restaurantes y Cabañas**

Brisas Marinas: ubicada sobre la calle principal, al principio del Boulevard Costa del Sol, en el cantón de San Marcelino. Ofrece servicios de cabaña y restaurante, contempla 10 empleados locales.

Restaurante Jessenia: Ubicado sobre la playa San Marcelino, con vista al mar. Cuenta con 10 empleados locales.

⁴ Oferta Turística de 6 Municipios Costeros, Microrregión Los Nonualcos, Mesa de Turismo, Septiembre 2005. Pag. 18

⁵ Ídem

⁶ Ídem

⁷ Ídem

Restaurante Kenny Mar: Ubicado sobre la playa San Marcelino, con vista al mar, está al lado del Restaurante Jessenia. También ofrece servicio de restaurante. Cuenta con 6 empleados locales.

Comedor Celos del Sol: Ubicado sobre la playa Las Hojas, con vista al mar. Servicio de comedor, 2 empleados locales.

Fiestas Patronales: que se desarrollan en el casco urbano y en los cantones, y en las cuales los pequeños negocios, ofrecen productos tradicionales, como comida, artesanías, bebidas, y comidas típicas.

1.3.9 Ordenamiento territorial⁸

Según el Plan de Desarrollo Territorial en la Región de La Paz, San Pedro Masahuat está incluido en el modelo de desarrollo que tiene su base en la ocupación del suelo a partir de una división del territorio en unidades funcionales con una normativa de uso de suelo, y en un Sistema de Ciudades reguladas por Planes de Desarrollo Urbanos. El modelo de desarrollo sustentable, está orientado a que el territorio sea ocupado de una manera que haga compatible el desarrollo económico con la protección del medio ambiente. Los dos modelos de desarrollo en los que se incluye a San Pedro Masahuat son: 1) Propuesta de Ciudad Portuaria y 2) Propuesta Ciudad Costera;

La propuesta de Ciudad Portuaria se estructura compactando los desarrollos dispersos de San Luis Talpa, San Juan Talpa y San Pedro Masahuat. De sus 2,000 hectáreas, 1,400 serán para usos residenciales y 600 para usos industriales y logísticos (parques de servicios logísticos, terciarios e industriales asociados al aeropuerto).

⁸Síntesis del Plan de Desarrollo Territorial en la Región La Paz. Pág. 32

La propuesta de Ciudad Costera con una extensión de 1,902.72 Ha. Su función principal será como segunda residencia y turismo. Comprende la jurisdicción de las municipalidades de San Luis Talpa, San Pedro Masahuat y San Luis La Herradura.

1.3.10 Población Económicamente Activa

La Constitución de la República establece en su Artículo Número 38, inciso 10º, la edad de 16 años para ejercer cualquier clase de trabajo. La edad de jubilación de los hombres es a los 60 años y de las mujeres a los 55 años. Según estos parámetros la Población en Edad de Trabajar (PET) de San Pedro Masahuat, es de 12,955 habitantes, de éstos según el VI Censo de Población y V de Vivienda 2007, la tasa de desempleo es de 20.32, es decir que San Pedro Masahuat cuenta con una tasa de Población Económicamente Activa de 69.68 de la población en edad de trabajar.

1.3.11 Fuentes de empleo e ingreso

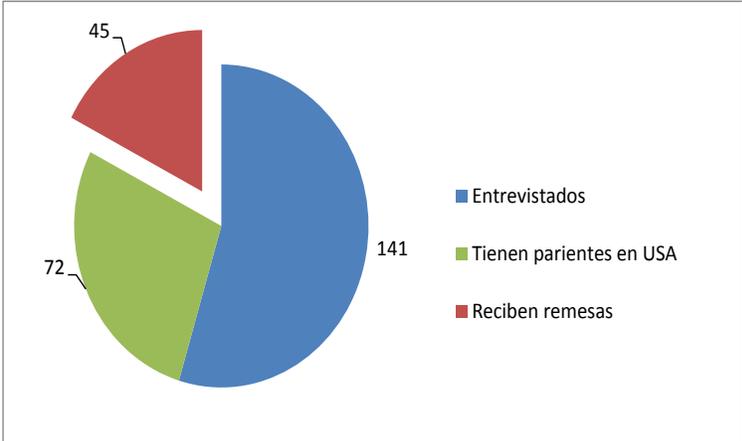


Las fuentes de empleo en el municipio son escasas, básicamente los ingresos que se generan en la zona urbana derivan de actividades comerciales que se realizan en el mismo municipio, pequeñas tiendas, ventas de alimentos como antojitos, frutas, dulces; en la zona rural los ingresos se generan básicamente de actividades agrícolas y de la pesca, según manifiestan los participantes en los talleres, un pequeño grupo de habitantes se desplaza a municipios vecinos a trabajar en talleres o zonas francas.

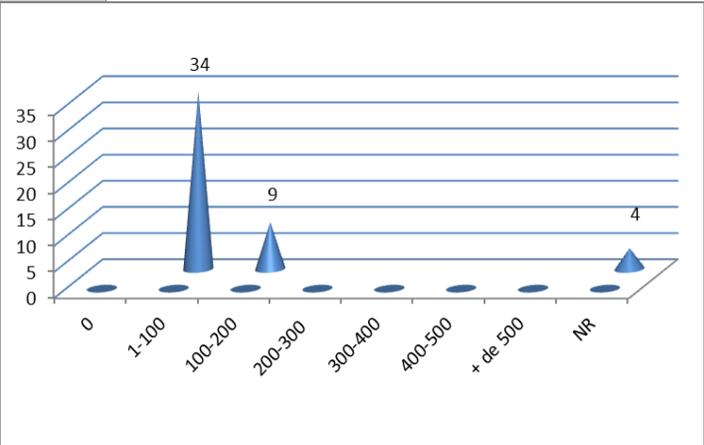
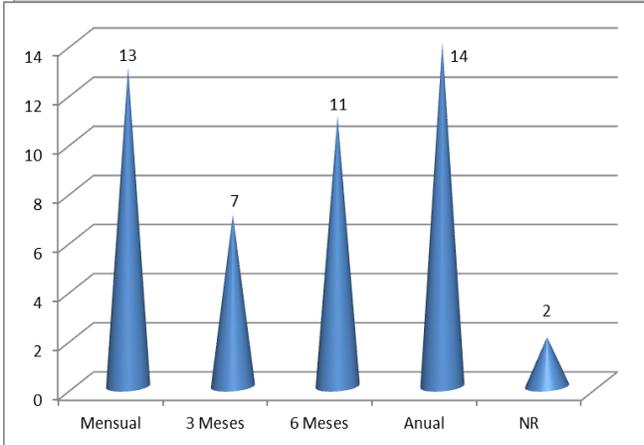
1.3.12 Remesas

Las remesas es otra fuente de ingresos, existe un porcentaje de habitantes que reciben remesas de residentes en el exterior, según el Almanaque 262. El estado

del desarrollo humano en los municipios de El Salvador 2009, en San Pedro Masahuat, un promedio del 8.3% de los habitantes reciben remesas, el 7,8% se concentra en la zona urbana y el 8.8 en la zona rural; de los receptores el 6.3% es masculino y el 8.1%⁹ es femenino. Según datos obtenidos de otras fuentes secundarias, las remesas familiares son irregulares con montos estimados de \$100.00 a \$400.00 dólares para algunas familias.¹⁰



Según datos obtenidos en los talleres, de una muestra de 141, participantes, 72 (51%) manifestaron tener parientes en el exterior y de éstos 45 (63%) reciben remesas.



La frecuencia

Las frecuencias de recepción de remesas es anual y mensual; 14 de ellos manifiestan que reciben las remesas de forma anual y 13 de forma mensual, 11

⁹ Almanaque 262. El estado del desarrollo humano en los municipios de El Salvador 2009. Pág. 184. Código de Municipio 0815
¹⁰ Plan de Mitigación y uso de tierras en San Pedro Masahuat. Elaborado por el COEM, Comisión de Mitigación, año 2003, Pág. 10

las reciben cada 6 meses y 7 cada 3 meses. 34 de ellos reciben entre 1 y 100 dólares; y 9 de ellos reciben entre 100 y 200 dólares.

1.3.13 Instituciones identificadas en el territorio

La población identificó las instituciones gubernamentales y no gubernamentales que tienen o han tenido presencia en el municipio en la ejecución de proyectos.

Ver Cuadro No. 3.

Cuadro No. 3

INSTITUCIÓN	FUNCIÓN
Gobierno Municipal	Los Gobiernos Municipales administran el patrimonio de sus Municipios y gestión de su desarrollo.
Organización de Mujeres Salvadoreñas por la Paz. (ORMUSA)	Gestión y ejecución de proyectos.
Iniciativa Social para La Democracia (ISD)	Gestión y ejecución de proyectos
Asociación Salvadoreña Promotora de la Salud (ASPS)	Gestión y ejecución de proyectos
Fundación Salvadoreña de Desarrollo y Vivienda Mínima (FUNDASAL)	Gestión y ejecución de proyectos
Fundación Salvadoreña para la Promoción Social y Desarrollo Económico (FUNSALPRODESE)	Gestión y ejecución de proyectos
Fundación Manos Amigas	Gestión y ejecución de proyectos
Dirección de Prevención Social de la Violencia y Cultura de Paz (PRE-PAZ)	Gestión y ejecución de proyectos
Cuerpo de Paz	Voluntariado
Fondo de las Naciones Unidas para	Promoción de la niñez

INSTITUCIÓN	FUNCIÓN
la Infancia (UNICEF)	
Agencia de Cooperación Japonesa (JICA)	Cooperante y ejecución de proyectos y voluntariado.
Reconstrucción y Gestión de Riesgo en América Central (RYGRAC GTZ)	Cooperante y ejecución de proyectos y voluntariado.
Asociación para la Promoción de los Derechos Humanos de la Niñez. (APRODEHNI)	Capacitación y equipamiento.
Save The Children	Gestión y Ejecución de proyectos
Asociación Intersectorial para el Desarrollo Económico y el Progreso Social (CIDEP)	Gestión y Ejecución de proyectos
Instituto Salvadoreño para El Desarrollo de la Mujer (ISDEMU)	Asistencia Técnica
Cruz Roja	Acciones de socorro y construcción de infraestructura.
Madre Cría	Gestión y ejecución de proyectos
Tierra de Hombres (TDH)	Gestión y ejecución de proyectos
Asociación Cristiana de Educación y Desarrollo (ALFALIT)	Gestión y ejecución de proyectos
Asociación Salvadoreña de Ayuda Humanitaria (PROVIDA)	Gestión y ejecución de proyectos
Programa Mundial de Alimentos (PMA)	Gestión y ejecución de proyectos
Comandos de Salvamento	Acciones de socorro
Asociación Agropecuaria “Mujeres Produciendo la Tierra” (AMSATI)	Gestión y ejecución de proyectos

1.4 TEJIDO EMPRESARIAL

Entre su tejido empresarial, la municipalidad registra 28¹¹ negocios, que brindan servicios de comunicación, Telecom, Telefonía S.A de C.V, Digicel S.A. de C.V, CABLE DELUX, servicios de energía eléctrica, DELSUR, ETESAL S.A de C.V; Ferreterías, Tiendas entre otras.



El municipio cuenta con un pequeño mercado donde algunos microempresarios realizan actividades comerciales, entre las que se encuentran la venta de mariscos por microempresarios del Cantón San Marcelino; la venta de carnes, venta de frutas y verduras, productos de abarrotes, artículos diversos para el hogar, cuatro pequeños comedores en los que se sirve desayunos y almuerzos; dos salas de belleza y servicio de correos.

El tejido empresarial informal que se identifica en el municipio está conformado por agricultores, y su actividad se centra en el cultivo de granos básicos y algunas legumbres como pepinos, tomates, etc.; pescadores ubicados en San Marcelino, pequeños ganaderos; artesanos y artesanas en el área de dulces, jaleas y mermeladas, en cuero, bisutería, piñatería, madera, repujado, panaderías, costura, zapaterías y algunas pequeñas tiendas.

Según datos registrados en 2007¹² existían en San Pedro Masahuat, 1,924 productores de los cuales, 310 se dedicaban a la actividad comercial y 1,614 eran pequeños productores orientados más a la producción para consumo; la mayoría se concentraba en la zona rural con 1,513 pequeños productores y solamente 100

¹¹ UATM San Pedro Masahuat

¹² IV Censo Agropecuario, 2007-2008, Resultados Nacionales, Pág. 69

en la zona urbana. También se identificaban 4,643 viviendas con producción de patio, concentradas en la zona rural con 4,281 viviendas. Ver Cuadro No. 4.

Cuadro No. 4

TOTAL PRODUCTORES	COMERCIAL			PEQUEÑO PRODUCTOR			VIVIENDAS CON PRODUCCIÓN DE PATIO		
	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL	TOTAL	URBANO	RURAL
1,924	310	25	285	1,614	100	1,513	4,643	361	4,281

La producción de Maíz entre el 2006 y 2007 ascendía a 88,204 quintales, de los cuales 30,937 quintales fueron destinados al consumo humano, 1,716 quintales para consumo animal, 26 quintales para semilla y vendieron 55,525 quintales.

De los 1,924 productores registrados en el cuadro No. 4, 1,765 productores destinaron la cosecha de maíz para consumo humano, 323 para consumo animal y 59 productores lo destinaron para semilla. Ver cuadro No. 5.

Cuadro No. 5¹³

CUADRO A.16 CLASIFICACION DEL PRODUCTOR Y DESTINO DE LA PRODUCCION DE MAIZ POR NÚMERO DE PRODUCTORES Y QUINTALES										
DEPARTAMENTO LA PAZ	TOTAL DE PRODUCTORES				TOTAL DE PRODUCCIÓN				PRODUCTOR	
MUNICIPIO	DESTINO DE LA PRODUCCIÓN				PRODUCCIÓN (QQ)				DESTINO DE LA PRODUCCION	
San Pedro Masahuat	CONSUMO		SEMILLA	VENTA	CONSUMO		SEMILLA	VENTA	CONSUMO	
	HUMANO	ANIMAL			HUMANO	ANIMAL			HUMANO	ANIMAL
		1,765	323	59	1,403	30,937	1,716	26	55,525	176

¹³ IV Censo Agropecuario, 2007-2008, Resultados Nacionales, Pág. 136

Entre 2006 y 2007 la producción de hortalizas fue de 20,239 quintales, entre la que predomina la producción de yuca con 5,819 quintales, pipián con 5,373 quintales, sandía con 3,637 quintales, melón con 2,796 quintales y loroco con 1,243 quintales. Ver Cuadro No. 6.

Cuadro No. 6¹⁴

CUADRO B.18 PRODUCCIÓN DE HORTALIZAS POR TIPO DE CULTIVO											
DEPARTAMENTO LA PAZ	TOTAL PRODUCCION (QQ)	Sandía	Pipián	Yuca	Tomate	Pepino	Ejote	Loroco	Chile	Melón	Chile picante
Municipio de San Pedro Masahuat	20,239	3,637	5,373	5,819	534	38	162	1,243	575	2,796	60

La producción de maicillo entre 2006 y 2007 ascendió a 8,539 quintales de los cuales 2,517 fueron destinados al consumo animal, 66 quintales fueron destinados como semilla y se vendieron 5,956 quintales. Ver Cuadro No. 7.

Cuadro No. 7¹⁵

CUADRO A.17 CLASIFICACION DEL PRODUCTOR Y DESTINO DE LA PRODUCCION DE MAICILLO O SORGO POR NÚMERO DE PRODUCTORES Y QUINTALES						
DEPARTAMENTO LA PAZ	TOTAL DE PRODUCTORES			TOTAL DE PRODUCCIÓN		
MUNICIPIO	DESTINO DE LA PRODUCCIÓN			PRODUCCIÓN (QQ)		
	CONSUMO ANIMAL	SEMILLA	VENTA	CONSUMO ANIMAL	SEMILLA	VENTA
San Pedro Masahuat	320	67	346	2,517	66	5,956

¹⁴ IV Censo Agropecuario, 2007-2008, Resultados Nacionales, Pág. 400-401-402

¹⁵ IV Censo Agropecuario, 2007-2008, Resultados Nacionales, Pág. 144

La producción de Frijol entre 2006 y 2007 fue de 1,028 quintales, de los cuales 530 quintales fueron utilizados para el consumo humano, 36 quintales como semilla y se vendieron 462 quintales. Ver Cuadro No. 8.

Cuadro No. 8¹⁶

CUADRO A.18 CLASIFICACION DEL PRODUCTOR Y DESTINO DE LA PRODUCCION DE FRIJOL POR NÚMERO DE PRODUCTORES Y QUINTALES						
DEPARTAMENTO LA PAZ	TOTAL DE PRODUCTORES			TOTAL DE PRODUCCIÓN		
MUNICIPIO	DESTINO DE LA PRODUCCIÓN			PRODUCCIÓN (QQ)		
San Pedro Masahuat	CONSUMO HUMANO	SEMILLA	VENTA	CONSUMO HUMANO	SEMILLA	VENTA
		158	23	48	530	36

La producción de frutas fue de 41,479 quintales, entre los que predomina la producción de coco con 15,406 quintales, El guayabo con 8,875 quintales, el plátano con 7,666 quintales, el limón con 3,599 quintales le sigue la papaya y el maracuyá. Ver Cuadro No. 9.

Cuadro No. 9¹⁷

CUADRO B.25 PRODUCCIÓN DE FRUTALES POR TIPO DE CULTIVO										
DEPARTAMENTO LA PAZ	TOTAL PRODUCCION (QQ)	(1) Naranja	(2) Coco	(3) Limón	(4) Guineo	(5) Jocote	(6) Platano	(7) Aguacate	(8) Mango	(9) Mandar.
Municipio de San Pedro Masahuat	41,479	308	15,406	3,599	805	26	7,666	0	157	139
		(10) Piña	(11) Papaya	(12) Paterna	(13) Guayabo	(14) Mango Orgán.	(15) Marañón	(16) Guanab.	(17) Anona	(18) Maracuyá
		0	1,922	0	8,875	0	930	0	0	1,529

¹⁶ IV Censo Agropecuario, 2007-2008, Resultados Nacionales

¹⁷ Idem

En cuanto a la producción pesquera, según datos proporcionados por los pescadores de San Marcelino, están produciendo un promedio de 1,500 libras mensuales por cooperativa, lo que hace un promedio anual de 18,000 libras por cooperativa y un promedio total de 72,000 libras anuales entre las 4 cooperativas ubicadas en San Marcelino.

La falta de proveedores hace que el tejido empresarial se considere débil, porque no se identifican proveedores para las microempresas y la mayoría de microempresarios tiene que comprar sus insumos en municipios vecinos como el Rosario, Olocuilta, Santiago Nonualco, Zacatecoluca, Comalapa, San Juan Nonualco, San Luis La Herradura y San Salvador.

1.5 DEMANDA

La demanda territorial es de 25,446 habitantes, pero tiende a emigrar hacia otros municipios vecinos como El Rosario, Zacatecoluca, Olocuilta, Santiago Nonualco, San Juan Nonualco, San Luis La Herradura, Comalapa, entre otros, que ofertan productos en lugares estratégicos.

1.6 ASOCIATIVIDAD

La asociatividad es baja, la gran mayoría de microempresarios no están asociados, y aunque se identifican asociaciones de grupos por actividades productivas, no están asociados o encadenados comercialmente. Los grupos asociados por actividad que se identifican son:

1. Grupo de mujeres ASOMUSA
2. Cooperativas de pescadores: a) Marlín del pacífico, b) Olas del Sur, c) Mar y Concha, d) Luchadores del Pacífico, todas ubicadas en San Marcelino.
3. Cooperativa Agrícola los 78 en el Cantón Barahona
4. Cooperativa Agropecuaria Astoria, en el Cantón Las Flores
5. Cooperativa Agrícola Indígena La Paz

6. Cooperativa Intercomunal Agrícola (AGRISUR) en Achiotales, San José, El Porvenir, Santa María Coyol, Las Moras.
7. Cooperativa Agrícola Salvatierra de R.L. en Cantón El Porvenir
8. Cooperativa Agrícola Tierra de Venado de R.L, ubicada en la zona urbana
9. Asociación Cooperativa Agropecuaria Los Valladares de R.L.
10. Cooperativa Agrícola Portillo, en el caserío el Cabral cantón El Carmen
11. Asociación Cooperativa Marinos, ubicado en las Hojas (agrícola-pesquera)
12. Asociación de Agricultores en el Sicahuite.
13. Cooperativa de transporte

¹⁸Según datos del IV Censo Agropecuario en 2007, en San Pedro Masahuat, existían 62 cooperativas.

En el territorio se refleja una fuerte presencia de tejido social quizá más que la asociatividad empresarial pues se identifican 31 Asociaciones de Desarrollo Comunal, ADESCOS distribuidas en las 4 zonas:

a. Zona Sur Oriente:	11 ADESCOS
b. Zona Sur Poniente:	8 ADESCOS
c. Zona Norte:	2 ADESCOS
d. Zona Centro:	10 ADESCOS

2. ANALISIS DE INDUSTRIA

Se han identificado las industrias agrícola, ubicada en diferentes comunidades del municipio y que cultivan granos básicos, hortalizas y frutas. La industria pesquera, ubicada en San Marcelino, que es liderada por 4 cooperativas: Olas del Pacífico, Marlin del Pacífico, Luchadores del Pacífico, Mar y Concha.

¹⁸ IV Censo Agropecuario, 2007-2008, Resultados Nacionales, Pag. 100

Se identifica la industria ganadera, ubicada en diferentes comunidades y sobresale la Cooperativa Ganadera ubicada en el Cantón Las Flores, Hacienda Astoria, esta cooperativa vende el producto a la empresa Petacones.



También se identifica la industria artesanal en las áreas de dulces, jaleas y mermeladas, bisutería ecológica y semipreciosa, cuero, madera, repujado, piñatería, sastrería y panificación.



Se identifican otras industrias en menor escala pero que vale la pena mencionarlas por su importancia en la cadena productiva, como son la industria porcina que solamente se identifica una granja en el Cantón Dulce Nombre y según datos proporcionados por los asistentes a los talleres, maneja alrededor de 200 cerdos.



La industria avícola, ubicada en Colonia Valladares, que tiene alrededor de 200 aves; en el Caserío Buen Samaritano I, Cantón San Marcelino, se ubica una granja de gallinas ponedoras que maneja alrededor de 200 aves; en el Cantón El Carmen en los alrededores de San Pedro Masahuat se ubica la Granja industrial El Capo, que maneja alrededor de 30,000 aves.

2.1 PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS PROVEEDORES

El poder de negociación de estas industrias con los proveedores es bajo porque no existen proveedores de materias primas e insumos en el municipio, y a mayor cantidad de proveedores, mayor es la capacidad de las industrias para negociar.

2.2 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

Los microempresarios identifican clientes básicamente del mismo municipio y de otros municipios que ocasionalmente los visitan en tiempos festivos. El poder de negociación de los clientes es bajo porque los precios de los productos en San Pedro Masahuat son altos en comparación con los de otros municipios, incluso los clientes tienen que trasladarse a municipios vecinos a comprar los productos donde los encuentran más baratos.

2.3 LA RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES

La rivalidad es baja no hay competidores en el municipio. Más bien se concentran en municipios vecinos como El Rosario, Olocuilta, San Antonio Masahuat y Zacatecoluca.

2.4 AMENAZAS DE NUEVOS COMPETIDORES

Existen las amenazas de nuevos competidores, que llegan de afuera del municipio con productos como bebidas envasadas, harinas procesadas, etc.

2.5 PRODUCTOS SUSTITUTOS

En todas las industrias identificadas existen productos sustitutos presentes en el municipio, como para los agrícolas que se identifican las harinas procesadas, frijoles procesados, gaseosas y refrescos artificiales. Para la industria ganadera, las leches en polvo, para la pesca, el pescado



enlatado como sardinas y atún. Para la panadería, los productos industriales como galletas y pan embolsado como la Lido, Rosvill, etc.

2.6 BARRERAS DE ENTRADA

Las principales barreras de entrada que identifican son el recurso económico, la falta asistencia técnica y la carencia de espacios físicos propios para desarrollar los negocios.

2.7 DEMANDA

La demanda del territorio tiende a disminuir cuando emigra hacia otros municipios donde encuentra mayor accesibilidad a la oferta, se requiere estimular el incremento de la demanda con iniciativas promovidas por la municipalidad. Existe una demanda potencial que está enmarcada en las visitas de gente que llega de afuera del municipio en días festivos del casco urbano y de los cantones, que se requiere promover con actividades y oferta de productos y servicios atractivos para capturar esta demanda.

3. ANALISIS EMPRESARIAL

Durante el proceso de diagnóstico se identificó microempresas familiares de subsistencia dedicada a las actividades agropecuarias y piscícolas; artesanales en elaboración y comercialización de dulces y jaleas, bisutería, productos en cuero y madera, piñatería, etc., elaboración de alimentos especialmente antojitos, pequeñas tiendas y chalets, pero muchas de estas actividades en algunos casos son realizadas de manera ocasional.

Para realizar este análisis se utilizó el modelo de la **Cadena de valor empresarial**, el que permite describir el desarrollo de las actividades de una empresa que le dan valor a un producto final y capacidad de competitividad al empresario. Esta cadena está dada por cinco actividades primarias donde se analiza la logística interna, las operaciones de producción; la logística externa, el marketing y ventas y los servicios post-venta; en las actividades secundarias se

analizan la infraestructura de la organización, el recurso humano, y el desarrollo tecnológico con que cuentan.

3.1 ACTIVIDADES PRIMARIAS

3.1.1 LOGISTICA INTERNA

Los procesos de recepción de las materias primas, gestión de los pedidos, recepción y distribución interna de las materias primas, por las pocas cantidades que manejan, son todavía de tipo artesanal, y no cuentan con lugares o recipientes específicos para almacenar la materia prima, generalmente compran para la producción inmediata.

3.1.2 SISTEMA DE OPERACIONES

Elaboran los productos de manera artesanal. Conocen los procesos de producción pero no los tienen explícitos.



3.1.3 LOGÍSTICA EXTERNA

Carecen de infraestructura para almacenar y vender los productos terminados generalmente lo hacen en sus lugares de vivienda y venden en la misma vivienda o de forma ambulante. El producto lo distribuyen al consumidor final manera directa, sin procesos explícitos.



En el caso de los productores agrícolas algunos cuentan con estructura básica para almacenar los granos básicos o materias primas, entre las que están graneros, silos metálicos, pero prácticamente tampoco cuentan con bodegas, aunque según el IV Censo agropecuario realizado en 2007, de los 1,924 productores identificados, solamente 161 no cuentan con algún tipo de estructura para almacenar sus productos, específicamente granos básicos. Ver Cuadro No.10.



almacenar sus productos,

¹⁹**Cuadro No. 10**

TOTAL PRODUCTORES	TIPO DE ESTRUCTURA DE ALMACENAMIENTO						
	SILOS METALICOS	GRANEROS	BODEGAS	TROJAS	OTROS	VARIOS	NO TIENE
1,924	352	438	2	7	868	97	161

3.1.4 MARKETING Y VENTAS

No tienen estrategias de mercadeo, no promocionan sus productos con estrategias definidas, y no tienen costos definidos, asignan el precio sin criterios técnicos, sin embargo en algunos casos algunos empresarios han sido capacitados por instituciones que están en el territorio como ORMUSA, especialmente los grupos de mujeres, en el área de artesanías y les han asesorado para definición de costos. Peo manifiestas las participantes que las asesorías son esporádicas y no hay continuidad o seguimiento de éstas.

¹⁹ IV Censo Agropecuario, 2007-2008, Resultados Nacionales, Pag. 122

3.1.5 SERVICIOS

No ofrecen servicios post-venta o mantenimiento que permitan realzar el valor del producto, afirman que al hacerlo se les incrementan los costos del producto. Algunos no conocen en que consisten estos servicios y otros manifiestan que cambian el producto cuando sale dañado, o lo reparan, esto específicamente en el caso de las artesanías.

3.2 ACTIVIDADES SECUNDARIAS

3.2.1 ABASTECIMIENTO

Son débiles en el abastecimiento, no hay proveedores en el municipio, carecen de medios de transporte propio para trasladarse a otros municipios por los insumos o materiales, esto es una de las causas por las que se abastecen de materias primas solamente para la producción inmediata.

3.2.2 INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA

Carecen de local exclusivo para desarrollar sus actividades productivas, las realizan generalmente en sus viviendas. En cuanto a la organización, carecen de infraestructura organizativa formal, generalmente es la madre o el padre quienes dirigen la empresa, carecen de planificación, es decir desarrollan las actividades de manera improvisada y no cuentan con procesos formales de contabilidad, no llevan registro formal de sus finanzas.

3.2.3 RECURSO HUMANO

El recurso humano es débil académicamente, tienen estudios básicos, generalmente hasta noveno grado en algunos casos, no cuentan con formación técnica que les permita mejorar los procesos de elaboración de los productos, los procesos los han aprendido de forma empírica. La dirección del recurso humano lo asume generalmente el padre o la madre. Como son microempresas familiares y de subsistencia, no cuentan con procesos de reclutamiento y contratación de personal, ni con planes de capacitación y motivación del personal.

3.2.4 DESARROLLO TECNOLÓGICO

Todos los procesos los realizan de forma artesanal, carecen de tecnología que les permita desarrollar nuevos productos o mejorar los que ya tiene. Su infraestructura es deficiente, de lamina y madera usada.



4. DIAGNÓSTICO SECTORIAL

Para realizar el diagnóstico sectorial se utilizó como herramienta el árbol de problemas y el FODA. en el árbol de problemas se identificó los principales problemas de cada sector, empresarial, juventud y mujeres, en los tres sectores se identifican problemas en común que tiene que ver con la iniciativa y el interés de cada sector para su participación en el DEL (comodidad de los jóvenes, falta de iniciativa de las mujeres y desinterés de los empresarios en el DEL) y que podría estar relacionada con la falta de incentivos que se identifican entre sus causas como la falta de recursos económicos, los tres sectores no cuentan con este recurso.

En el caso del sector jóvenes existe un acomodamiento ocasionado por las remesas que reciben de los familiares en el exterior, y en el caso de las mujeres, la falta de iniciativa se convierte en un problema un poco más complejo pues por su condición de mujer, presentan mayores dificultades que se reflejan entre las causas como la falta de apoyo de sus parejas que no les permiten el trabajo fuera del hogar, y la falta de apoyo de ellos dentro del hogar, recargándosele toda las responsabilidades a la mujer; el hecho de ser madres solteras y la dificultad que representa trabajar fuera del hogar y cuidar a los hijos o no contar con lugares idóneos donde dejarlos resguardados mientras ellas trabajan.

Otro problema que identifican los jóvenes es en la educación, la consideran deficiente por las diversas dificultades con que se encuentran y entre sus causas mencionan que faltan instituciones educativas que complementen la educación media y superior, generalmente los jóvenes tienen acceso hasta la educación básica, aunque existen en el municipio, tres institutos de bachillerato, pero no logran tener acceso a este nivel, además mencionan entre sus causas la falta de personal docente que contribuye también a que la educación sea deficiente. Con estas limitantes también los jóvenes identifican como problemática que no hay muchas oportunidades para ellos de inserción en el medio laboral por su bajo perfil académico, además de que en el municipio existe poco tejido empresarial que represente oportunidades de empleo para ellos.

En el sector mujer ellas identifican también como problema el doble trabajo que realizan al combinar el trabajo empresarial con el que realizan en el hogar y el bajo rendimiento del negocio que también tiene que ver con la falta de asistencia técnica para desarrollar sus negocios, para aprovechar sus recursos y eliminar los gastos innecesarios para la realización de sus actividades; además del problema de la delincuencia que las aqueja.

En el sector empresarios, identifica también como problema el ambiente deficiente para el desarrollo empresarial y turístico, ya que lo ven como una oportunidad de desarrollo para ellos; identifican también la demanda baja y el deficiente comercio; y entre sus causas menciona que no se han generado las condiciones para recibir a los turistas, no cuentan con asistencia técnica que les permita mejorar los procesos, diversificar los productos, definir estrategias de venta, etc., hay inseguridad para los empresarios, no hay publicidad del municipio que permita atraer turistas, no hay proveedores que faciliten el abastecimiento de las empresas, el sistema de transporte es deficiente, y no están organizados. Ver Cuadro No.11.

4.1 ARBOL DE PROBLEMAS

Cuadro No. 11

DIAGNOSTICO	SECTOR		
	Jóvenes	Mujeres	Empresarial
EFECTOS	Aumento de la delincuencia	No hay ingresos	No hay ganancia
	Introducción a grupos ilícitos	No se generan empleos	Emigración de clientes
	Desintegración familiar	Fracaso de los negocios	Incremento de los precios de los productos
	Bajos ingresos	Poca participación de la mujer	No se generan empleos
	Falta de conocimiento	Temor	Poca afluencia de turistas
	Falta de formación	Pobreza	Estancamiento del comercio
PROBLEMA	1) DEFICIENCIA EN LA EDUCACIÓN; 2) FALTA DE OPORTUNIDADES; 3) COMODIDAD DE LOS JÓVENES	1) DELINCUENCIA; 2) DOBLE TRABAJO; 3) BAJO RENDIMIENTO DEL NEGOCIO; 4) FALTA DE INICIATIVA DE LAS MUJERES	1) DESINTERÉS DE LOS EMPRESARIOS EN EL DESARROLLO ECONOMICO LOCAL; 2) DEFICIENTE COMERCIO; 3) DEMANDA BAJA; 4) AMBIENTE DEFICIENTE PARA EL DESARROLLO EMPRESARIAL Y TURISTICO.
CAUSAS	Falta de política de jóvenes	Falta de asistencia técnica	No hay condiciones para recibir al turista
	Costumbres e influencias	Gastos innecesarios	Falta de recursos económicos
	Remesas	Madres solteras	Falta de capacitación
	Falta de recursos económicos	Falta de apoyo del esposo	Inseguridad para los empresarios
	Falta de personal docente	Mala administración del negocio	Servicio de transporte deficiente
	Falta de instituciones educativas	Falta de publicidad	Cultura comercial (poblacion prefiere comprar en otros municipios)
	Falta de tejido empresarial	Desintegración familiar	Falta de proveedores
		Falta de recursos económicos	Falta de publicidad
Falta de accesibilidad a la educación superior	Falta de infraestructura	Falta de organización	
	Falta de guardería	Falta de instituciones de servicios financieros	

4.2 FODA SECTOR JUVENTUD

En el FODA realizado por los jóvenes identifica entre sus fortalezas las zonas turísticas que tiene el territorio, y que como jóvenes las pueden aprovechar para su desarrollo, los talentos artísticos que existen en el municipio, la población joven y la capacidad que tiene el territorio para poder desarrollar actividades de: deporte extremo, destinos turísticos, cultura, agricultura, industria textil, infraestructura tecnológica como cibercafé, de salud como clínicas, etc.

Entre sus debilidades identifican que no hay programas de desarrollo integral para la juventud ni para el desarrollo del turismo; falta de creación de una unidad de juventud y de la política municipal de la juventud; falta de oportunidad de acceso a los trabajos en las fábricas, utilización inadecuada de la tecnología como el internet, las redes sociales; desinterés de los jóvenes por la cultura, a nivel territorial ven como debilidades la ubicación del municipio poco estratégico, el clima, las deficiencias en el transporte, falta de lugares o espacios para alojarse y problemas en el sistema de salud por falta de medicamentos.

Las oportunidades las han enfocado más hacia lo que se generaría en el municipio al haber desarrollo económico e identifican como oportunidades el reconocimiento del municipio, práctica de deportes extremos en el Cerro Tacuazín, se generarían más empleos, y oportunidades para los jóvenes, oportunidades para vender los productos cosechados, mejor salud para la comunidad.

Entre las amenazas identifican zonas turísticas en municipios más desarrollados que en San Pedro Masahuat, los desastres naturales, y las nuevas tecnologías mal utilizadas como el internet, los productos sustitutos y la migración de la población hacia otros municipios. Ver Cuadro No. 12.

Cuadro No. 12

SECTOR JUVENTUD			
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
Talentos artísticos	Desarrollo económico para el municipio	No hay un programa de desarrollo integral para la juventud ni para el turismo	Zonas turísticas mas desarrolladas en otros municipios
Hay bastante población joven	Oportunidades para los jóvenes para que no se incorporen a grupos ilícitos.	Falta de creación de unidad de la juventud y la política municipal de juventud	Decamerón, Rosario La Paz
El territorio tiene capacidad para:	Reconocimiento del municipio	Utilización de la tecnología solo para diversión	San Luis Talpa, La Liberta, Playa el

SECTOR JUVENTUD			
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
			Tunco, Ataco
Deporte extremo,	Deporte extremo en el cerro Tacuazín.	No tener acceso a los trabajos en la fábrica	Mucha competencia para los ciber
Industria textil, desarrollo agrícola	Oportunidades de empleo	Desinterés por lo cultural	Desastres naturales
Ciber y clínicas más eficientes	Fuentes de trabajo	Ubicación, Clima y transporte	La tecnología (internet, facebook, twiter)
Destinos turísticos	Venta de producto cosechado	Falta de lugares para alojarse, estancia	Productos sustitutos
Zonas culturales	Mejor salud para la comunidad	Falta de medicamento en la unidad de salud	Se va a otro municipio

4.3 FODA SECTOR MUJERES

El sector mujeres identifica como fortalezas las capacitaciones que han recibido, identifican mujeres independientes, con iniciativa y con toma de decisiones, emprendedoras, con habilidades, luchadoras, activas y con alta autoestima. Como debilidades identifican la falta de apoyo moral y económico, no estar asociadas, el bajo nivel académico, falta de conocimiento técnico que no les permite mejorar sus actividades, al igual que falta de un local para desarrollar sus productos, falta de recursos económicos, algunas veces inseguridad en el negocio que van a emprender por falta de conocimiento, y a nivel territorial identifican poca atención en salud para las mujeres.

Entre las oportunidades ellas identifican el apoyo que la alcaldía les brinda, así como instituciones que a veces están presentes en el municipio, la política y la unidad de género, las exportaciones, centro de cómputo, casa de la cultura. Identifican como amenazas la delincuencia, abuso sexual y psicológico, acoso

sexual, violencia de género, feminicidios, la falta de equidad de género y la competencia internacional con sus productos. Ver Cuadro No. 13.

Cuadro No. 13

SECTOR MUJERES			
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
Existencia de mujeres capacitadas	Apoyo de la Alcaldía	Falta de apoyo moral y económico	Delincuencia
Toma de decisiones propias	Apoyo de instituciones nacionales e internacionales (PATI, Save the Children)	No estar asociadas en grupos de mujeres	Abuso sexual y psicológico
Son independientes	Política de género, Unidad de Género	Bajo nivel académico, Baja economía	Acoso sexual
Con iniciativas Emprendedoras	Centro de cómputo en el municipio	Falta de conocimiento, Falta de local para vender sus productos	Violencia de género
Tienen habilidades	Casa de la Cultura	Inseguridad en la capacidad del negocio	Feminicidios
Luchadoras	Exportación de productos	Falta de recursos económicos	Equidad de género
Mujeres con autoestima alta	Mejorar la calidad del producto	Poca atención en salud para las mujeres	La competencia internacional

4.4 FODA SECTOR EMPRESARIAL

Entre las fortalezas identificadas por los empresarios esta la de estar asociados algunos, especialmente en el sector pesquero y agrícola, manifiestan que tienen productos de calidad, existencia de clientes, apoyo de la municipalidad, el mercado municipal, los productos son rentables, en algunos casos hay

proveedores de la misma familia. Entre sus debilidades identifican, en el caso de los pescadores, la falta de un puerto, la falta de capital, falta de equipo, la demanda solamente es local, solo compran los pobladores del municipio.

Entre las oportunidades que identifican esta el fidecomiso para la pesca, comunicación vial accesible intermunicipal y hacia otros municipios, apoyo de ONG's, instituciones de financiamiento ubicadas en municipios vecinos como El Rosario. Y entre las amenazas identifican la delincuencia, el riesgo que tienen, en el caso de los pescadores, en altamar, pérdidas económicas, poca actividad turística, la competencia de otros municipios, competencia de productos artificiales, demanda baja, y los requisitos para acceder a los préstamos. Ver Cuadro No. 14.

Cuadro No. 14

SECTOR EMPRESARIAL			
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
Estar asociados	Aprobación del Fidecomiso para pescar	La falta de un puerto	Delincuencia
Productos de calidad			Riesgo de los pescadores en altamar
Existencia de bastantes clientes	Comunicación vial	Falta de capital	Pérdidas económicas y humanas
Apoyo de la alcaldía			Poca actividad turística
Aceptación del producto	Apoyo de ONG's como ORMUSA, FINDEL y los Nonualcos.	Falta de equipo	Competencia de otros municipios
El mercado municipal			Competencia de productos artificiales
Demanda del producto	Crecimiento del negocio	Falta de clientes y recursos y servicios	Requisitos para los préstamos
Innovación			
Rentable	Financiamiento en el Rosario	Solo hay demanda local, solo compran los conocidos.	Demanda baja
Proveedores de la misma familia			

5. IDENTIFICACION DE CADENAS PRODUCTIVAS Y DE VALOR IDENTIFICADAS

En las siguientes tablas se ilustran las cadenas productivas y su situación identificadas durante el proceso de diagnóstico: Ver Cuadros No. 15 al 22.

Cuadro No. 15

ACTIVIDAD ECONOMICA: ELABORACIÓN DE JALEAS, DULCES Y MEDICINA NATURAL						
PRODUCTOS QUE ELABORA	MATERIA PRIMA O INSUMOS QUE REQUIERE				QUIEN COMPRA EL PRODUCTO	
	INSUMOS	DONDE LA ADQUIERE	HERRAMIENTAS Y EQUIPO	DONDE LA ADQUIERE	DIRECTO	UBICACIÓN
Jaleas: Piña, fresa, mora, papaya con piña.	1. Frutas(Fresas, piñas, mora, papaya)	Mercado central, San Salvador	1. Botes	Tienda Morena en San Salvador	X	Alcaldia Municipal
			2. Ollas			
			3. Cuchillos			
			4. Tablas			
			5. Cucharones de madera			
	2. Azúcar		6. Tasas medidoras	Donada		
			7. Cocina semi industrial			
Medicina natural: Jarabe de carao, jarabe de eucalipto con miel	1. Carao	Mercado central, San Salvador	1. Botes plásticos	Tienda Morena en San Salvador	X	Alcaldia Municipal
	2. Eucalipto		2. Ollas			
	3. Metil parabeno (preservantes)		3. Cuchillos			
	4. Azúcar		4. Cucharas de madera			
	5. Miel de abeja		5. Coladores			
Dulces: Tamarindo, conserva de coco, coco con zapote, negrita, coco rallado, nace	1. Cocos	Mercado central, San Salvador	1. Bolsas	Mercado Sagrado Corazón	X	Alcaldia Municipal
	2. Azúcar		2. Ollas	Tienda Morena en San Salvador		
	3. Dulce de atado		3. Cucharas de madera			
	4. Mani		4. Coladores			
	5. Tamarindo		5. Tablas			
	6. Nance		6. Cuchillos			

Cuadro No. 16

ACTIVIDAD ECONOMICA: TRANSPORTE							
SERVICIO QUE BRINDA	MATERIA PRIMA O INSUMOS QUE REQUIERE				QUIEN COMPRA EL PRODUCTO		
	INSUMOS	DONDE LA ADQUIERE	HERRAMIENTAS Y EQUIPO	DONDE LA ADQUIERE	NOMBRE	DIRECTO	UBICACIÓN
Transporte: De pasajeros; viajes personales particulares; y piedra arena y otros	Pick-up	DIDEA en San Salvador	Repuestos	Repuestos Guzman, en San Luis Talpa	Don Dionisio	X	San Pedro Masahuat
	Camión	Venta de Carros en San Salvador			Diferentes personas		San Pedro Masahuat

Cuadro No. 17

ACTIVIDAD ECONOMICA: PESCA							
PRODUCTOS QUE EXTRAE	MATERIA PRIMA O INSUMOS QUE REQUIERE			QUIEN COMPRA EL PRODUCTO			
	HERRAMIENTAS Y EQUIPO	DONDE LA ADQUIERE		NOMBRE	MAYORISTA	MINORISTA	DIRECTO
Pesca (Boca colorada, corvina, robalo, mero, macarela, pacu, cuin, bagre, cola amarilla camarón)	1. Motores	Global Motor (San Salvador); Fibrometal (Santa Tecla); Mares Astillero (Carretera a La Libertad), Marinsa (Agencia en la Herradura), Yamaha, Suzuki		Ana Cela Martínez Bolaños	X	X	X
	2. Lanchas						
	3. Bujías	Yamaha, Marinsa, ventas de repuestos					
	4. Redes	Marinsa Industrial, (San Salvador) Almacen BOU (Santa Tecla)					
	5. Cimbras o palangre	Gasolineras					
	6. Fibra de Metal	Santa Tecla					
	7. Combustible y aceites	Gasolinera Rico (TEXACO) carretera a San Marcelino		Consuelo Carías			X
	8. Plomo	Marinsa, Almacen BOU					
	9. Boyas						
	10. Sogas (polietileno)						
	11. Hilo (polietileno)						
	12. Aceite de mezcla	Aceite jabolin, en San Pedro Masahuat		Candelaria Arevalo			X
	13. Aceite Cola	Almacen Bosh en San Pedro Masahuat					
	14. Hielo	Comunidades en San Pedro Masahuat.					
	15. Hielera, cubetas, Canastos, Intermitentes (luz de señal)	Marinsa					
	16. Guacales, cuchillos, bolsas, lámparas	Tiendas de la zona					
	17. Básculas	Ferretería Ramírez, Ferretería CEDICE, en San Pedro Masahuat					

Cuadro No. 18

ACTIVIDAD ECONOMICA: VENTA DE FRUTAS									
PRODUCTOS QUE ELABORA	MATERIA PRIMA O INSUMOS QUE REQUIERE				QUIEN COMPRA EL PRODUCTO				
	INSUMOS	DONDE LO ADQUIERE	HERRAMIENTAS Y EQUIPO	DONDE LA ADQUIERE	NOMBRE	MAYORISTA	MINORISTA	DIRECTO	DONDE SE UBICA
Venta de frutas	1. Frutas	Mercado Central, en San Salvador	1. Transporte	Propio	Diferentes personas		X		San Pedro Masahuat
	2. Chile		2. Bolsas	San Salvador					
	3. Salsa Negra		3. Canastos						
	4. Sal		4. Cuchillos	Diferentes personas		X	San Pedro Masahuat		
			5. Básculas						
Venta de mango	1. Mango	Mercado Central, en San Salvador	1. Pick-up	Don Manuel Zomosa	Diferentes personas	X			Mercado Central
	2. Salsa negra		2. Lazos	Mercado Central, en San Salvador	Diferentes personas		X	San Pedro Masahuat	
	3. Chile		3. Sacos						

Cuadro No. 19

ACTIVIDAD ECONOMICA: ALIMENTOS - POSTRES							
PRODUCTOS QUE ELABORA	MATERIA PRIMA O INSUMOS QUE REQUIERE				QUIEN COMPRA EL PRODUCTO		
	INSUMOS	DONDE LOS ADQUIERE	HERRAMIENTAS Y EQUIPO	DONDE LOS ADQUIERE	NOMBRE	DIRECTO	UBICACIÓN
Alimentos	1. Aves	Pollo Indio en San Salvador	1. Ollas	Vendedores ambulantes	Diferentes personas	X	San Pedro Muahuat
	2. Carnes	Mercado Mpal. San Pedro Masahuat	2. Cacerolas				
	3. Pescado		3. Cucharas				
	4. Sazones		4. Cuchillos				
	5. Verduras		5. Huacales	Tiendas en San Pedro Masahuat			
	6. Lácteos	6. Botes					
	7. Granos básicos	7. Papel y papel					
	8. Agua potable	8. Desechables					
Postres	1. Leche	Supermercado, en San Salvador	1. Bandejas	Mercado central, en San Salvador	Diferentes personas	X	San Pedro Muahuat
	2. Harina	Tienda en San Pedro Masahuat					
	3. Huevos						
	4. Aceite						
	5. Gas						
	6. Frutas	Mercado Mpal. San Pedro Masahuat	2. Platos				
	7. Agua	Cristal					

Cuadro No. 20

ACTIVIDAD ECONOMICA: COMERCIO					
SERVICIOS QUE BRINDA	MATERIA PRIMA O INSUMOS QUE REQUIERE				QUIEN COMPRA EL PRODUCTO
	INSUMOS	DONDE LA ADQUIERE	HERRAMIENTAS Y EQUIPO	DONDE LA ADQUIERE	DIRECTO
Comercio	1. Zapatos	Distribuidora Hércules, en mercado central en San Salvador	1. Vitrinas	San Salvador	X
	2. Desechables				
	3. Ropa y papelería	Bazar Reyna, en San Salvador	2. Estantes		
		Tequisa, en Santa Rosa de Lima	3. Zapateras		
4. Arreglos para toda ocasión	Almacén Andrea, en Mercado Central, San Salvador				

Cuadro No. 21

ACTIVIDAD ECONOMICA: CARNICERIA						
PRODUCTOS QUE ELABORA	MATERIA PRIMA O INSUMOS QUE REQUIERE				QUIEN COMPRA EL PRODUCTO	
	INSUMOS	DONDE LA ADQUIERE	HERRAMIENTAS Y EQUIPO	DONDE LA ADQUIERE	DIRECTO	UBICACIÓN
Carnicería	1. Ganado	Tiangué, en Santiago Nonualco	1. Transporte	Cualquiera de la zonas de San Juan Nonualco, San Antonio y San Pedro Masahuat	X	San Pedro Masahuat
		Don Chepe Tovar, en San Antonio Masahuat,				

Cuadro No. 22

ACTIVIDAD ECONOMICA: PANADERIA								
PRODUCTOS QUE ELABORA	MATERIA PRIMA O INSUMOS QUE REQUIERE				QUIEN COMPRA EL PRODUCTO			
	INSUMOS	DONDE LO ADQUIERE	HERRAMIENTAS Y EQUIPO	DONDE LO ADQUIERE	NOMBRE	MINORISTA	DIRECTO	UBICACIÓN
PAN	1. Harina	Mercado SPM	1. Horno	Artesanos	Niña Alba	X		Lotificación San Miguel
	2. Huevos		2. Latas	Artesanos (hecho en casa, esposo)	Señora Reyna	X		El Sicahuite
	3. Azúcar		3. Moldes	Taller Martínez, Lotificación San Miguel en SPM.	Beatriz Martínez	X		Col. Valladares
	4. Leche		4. Balanza	Mercado de Zacatecoluca	Rosa Valladares	X		Col. Valladares
	5. Leña	Don Toño en Cantón Santa María La Sabana, de SPM	5. Rodillos	Artesanos (hecho en casa, esposo)	Zelenia de Chávez		X	Lotificación San Miguel
			6. Manteles	Hecho en casa	Irene Martínez	X		Ojo de Agua

6. OPORTUNIDADES

6.1 INTERNACIONALES

6.1.1 CAMBIO EN LA DEMANDA INTERNACIONAL

Las oportunidades de mercado se fortalecen por los cambios en el ámbito internacional y está dado por:²⁰

Los cambios de hábitos alimenticios:

En el mercado internacional las costumbres de alimentación están vinculadas a ingresos y estilos de vida y el mercado alimenticio es muy competitivo, considerando además que el volumen de consumo no es significativamente creciente en los mercados internacionales. Sin embargo, existe la posibilidad de que cambien sus hábitos de consumo y preferencias, para cambiarlos por productos de otro tipo, producidos en otros países. El interés de los consumidores internacionales en vivir una vida sana ha crecido enormemente. Comida sana se refiere a productos alimenticios con bajo contenido de grasa, azúcar y sal, como generalmente es el caso con frutas y verduras frescas.

²⁰ Estrategia de Desarrollo Económica Local de la Micro región Nororiental de Morazán, 2009, CECADE.

Hay cambios en la manera de vivir

Otro punto que marca la diferencia en las tendencias de consumo es que debido a que la población internacional (Estados Unidos y Europa) trabaja más y a que el número de hogares de una sola persona ha crecido mucho, queda menos tiempo para la preparación de comidas caseras. Como consecuencia, la demanda de comida que requiere una preparación extensiva ha decrecido a favor de la comida de fácil o nula preparación, como son un plato de vegetales con un aderezo o un plato de frutas. En particular, las verduras preparadas se han popularizado entre consumidores jóvenes. Frutas exóticas y “off-season” El término “off-season” indica que estas frutas se importan a los mercados internacional cuando no es tiempo de cosecha en ese mercado o que no se cultivan en dicha región. Hay un crecimiento muy notable en el consumo de frutas exóticas y productos “off-season” desde los años setenta.

También en los supermercados existe interés por este tipo de frutas en empaques estandarizados donde cada día crece más la demanda de los mismos. Concluyendo, el mercado internacional de frutas frescas y procesadas en la actualidad, se caracteriza por las siguientes tendencias:

- Comida sana
- Comida orgánica
- Comida segura, de calidad alta y respeto por el medio ambiente
- Conveniencia – comodidad.
- Exóticos

En cuanto a las artesanías, la tendencia de la demanda es hacia los productos derivados de productos naturales, endógenos, con arraigos históricos y culturales.

6.2 NACIONALES

6.2.1 PROGRAMAS ESTATALES

En la actualidad los ministerios del gobierno central, están creando puentes entre el sector público y privado, especialmente para promover a las microempresas. El ministerio de Turismo, promueve iniciativas para mejorar las condiciones territoriales que permitan crear sitios turísticos y promover la industria del turismo, un eje fundamental para incrementar la competitividad. La construcción de centros logísticos como el Puerto de La Unión, el crecimiento de las exportaciones. Los programas del Ministerio de Agricultura y Ganadería.

En el marco del Plan Quinquenal de Desarrollo 2010-2014, el Gobierno ha lanzado una iniciativa para dinamizar la actividad económica. Esta iniciativa está estructurada en torno a medidas de fomento a sectores específicos, que se financian por medio de la creación de un sistema bancario de desarrollo.

Entre esas medidas, se destacan la ley de fomento a la producción, mediante la cual los incentivos a las exportaciones se adecuan a las reglas de la Organización Mundial del Comercio (OMC), así como los planes de apoyo estratégico a los sectores agropecuario y turístico. Asimismo, el Gobierno Central ha sometido a consideración de la asamblea legislativa un proyecto de ley para incentivar las asociaciones público-privadas en proyectos de infraestructura.

Los planes para desarrollar el sistema bancario de desarrollo se articulan en torno a la creación de tres vehículos de inversión:

²¹**El Banco Nacional de Desarrollo** dará prioridad a los siguientes aspectos: a) a la creación de programas de financiamiento orientados a la formación de capital al otorgar créditos de mediano y largo plazo que pondrán énfasis a proyectos de

²¹ Plan Quinquenal 2012-2024, Tercera Parte, La Estrategia de Intervención para alcanzar los objetivos y metas. Pág. 89

elevado contenido social y que generarán empleo; b) a la canalización de recursos destinados a proyectos de inversión, ampliación permanente en capital de trabajo, capacitación y asistencia técnica, compra de maquinaria y equipo e incluso la construcción de instalaciones e infraestructura física o cualquier otro destino prioritario; c) a la inversión directa o indirecta en instrumentos financieros que apoyen el surgimiento y expansión de nuevas empresas (capital semilla, capital de riesgo, fondos especializados de inversión, entre otros) y d) a impulsar el desarrollo de proyectos de titularización, de fideicomisos productivos, de fondos de garantía, *leasing* y seguros.

²²**El Banco Hipotecario**, que también forma parte del nuevo sistema financiero estatal, profundizará su especialización en la atención a las micro, pequeñas y medianas empresas de todos los sectores económicos y aplicará una adecuada gestión de riesgos que garantice su sostenibilidad en el largo plazo. Con este propósito en el quinquenio se ampliará el capital social de la institución hasta por 100 millones de dólares, de tal manera que en el mismo lapso pueda otorgar financiamiento hasta por un monto mayor a 800 millones de dólares.

²³**El Banco de Fomento Agropecuario** intensificará la atención a los pequeños y medianos productores agropecuarios y a las micro y pequeñas empresas de los sectores agropecuario y agroindustrial. Las cooperativas agropecuarias tendrán una atención prioritaria por cuanto garantizan la seguridad alimentaria de la población y pueden contribuir a la generación de empleo e ingresos en las áreas rurales del país.

Plan de Agricultura Familiar²⁴

²² Plan Quinquenal 2012-2024, Tercera Parte, La Estrategia de Intervención para alcanzar los objetivos y metas. Pág. 90

²³ Plan Quinquenal 2012-2024, Tercera Parte, La Estrategia de Intervención para alcanzar los objetivos y metas. Pág. 90

²⁴ Plan de Agricultura Familiar 2011-2014

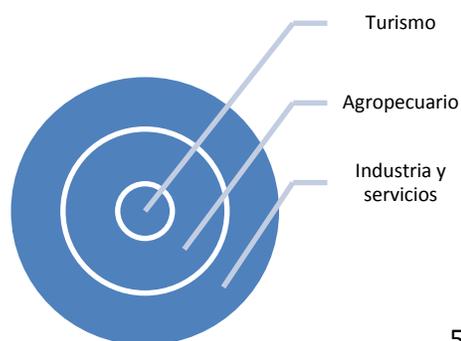
En el 2010 el Gobierno a través del MAG, decidió enfocar los recursos que anteriormente estaban programados para el paquete de semilla y fertilizantes hacia un programa de atención integral, Plan de Agricultura Familiar, (PAF) que está dirigido especialmente a grupos de población vulnerable con intervención intersectorial en territorios rurales priorizados y que tiene por objetivo reducir los niveles de pobreza rural mediante la generación de riqueza y bienestar de las familias que desarrollan la Agricultura Familiar, este plan contempla cuatro programas: 1) Abastecimiento nacional para la seguridad alimentaria y nutricional; 2) Agricultura familiar para el encadenamiento productivo; 3) Innovación agropecuaria y 4) enlace con la industria y el comercio.

6.2.2 OPORTUNIDADES DEL FOMILENIO

La Cuenta del Fondo del Milenio es una oportunidad enfocada al desarrollo en la zona costera que buscará inversiones relacionadas a la explotación del recurso marino, el turismo, la agroindustria y el sector logístico. En este FOMILENIO, el gobierno incorporará a las comunidades de salvadoreños residentes en el exterior para que participen en el proyecto. FOMILENIO se enfocará en el capital humano, fomento de la productividad y estrategias que promuevan y potencien la inversión, el monto del FOMILENIO podría ascender a unos 300 millones, según datos de la Secretaría Técnica de la Presidencia.

6.2.3 DESARROLLO DE INDUSTRIAS

El turismo se ha convertido en las últimas décadas en uno de los sectores de mayor crecimiento a nivel mundial con un incremento anual de 6.5% lo que lo sitúa como una de las industrias más importantes para el desarrollo económico e incrementar la demanda de productos endógenos. Actualmente hay estrategias de promoción del turismo. El turismo dinamiza la presencia de



nuevos actores o sectores en la dinámica económica. La industria turística pone a los territorios en condiciones que favorece la inversión en el sector, permite competir y es facilitador del desarrollo de la demanda de productos de otros sectores. El turismo promueve los destinos, la playa, los lagos, volcanes, cultura, vida nocturna y aventura, estimula los servicios de hoteles, restaurantes, transporte, la gastronomía.

6.2.4 EXPORTACIONES²⁵

El Salvador exportó un total de US\$1,403.6 millones durante el primer trimestre de 2012, creciendo a una tasa de 0.6% con relación al mismo período del año anterior.

Las exportaciones tradicionales ascendieron a US\$203.5 millones, y se vieron reducidas en un 21.7% con relación al mismo período del año anterior. Esta reducción en el valor exportado se debió principalmente a que el volumen de café vendido fue menor en 388 mil quintales, no obstante su precio promedio por quintal aumentó 25.3% es decir fue US\$47 más alto que el registrado en el primer trimestre de 2011. Por otra parte, el azúcar disminuyó también sus exportaciones en 14.9% y los camarones en 4.8%.

Los productos no tradicionales exportaron US\$922.5 millones, incrementando sus ventas al exterior en 8.2%, especialmente aquellas destinadas a los países centroamericanos, que crecieron en 12.5%, totalizando US\$511.8 millones. Las exportaciones destinadas a fuera del área centroamericana se incrementaron en 3.4% y ascendieron a US\$410.7 millones. Dentro de estos productos, los que mostraron mayores montos de exportación fueron: ropa interior y complementos de vestir; prendas exteriores de vestir; maquinas, otros aparatos y material eléctrico; cajas, bolsas, botellas, tapones y demás envases plásticos; hierro, acero

²⁵Retomado de Noticias de la página web del BCR. www.bcr.gob.sv

y sus demás manufacturas; y otras materias textiles y sus manufacturas. Por otra parte las exportaciones a Centro América y a otros países con las que se tienen tratados vigentes o en proceso, se incrementaron en 4.1% en valor y 11.5% en volumen.

Las exportaciones de maquila fueron de US\$277.6 millones, reduciéndose en 1.9% con relación al primer trimestre de 2011, aunque en volumen se incrementaron en 4.8%.

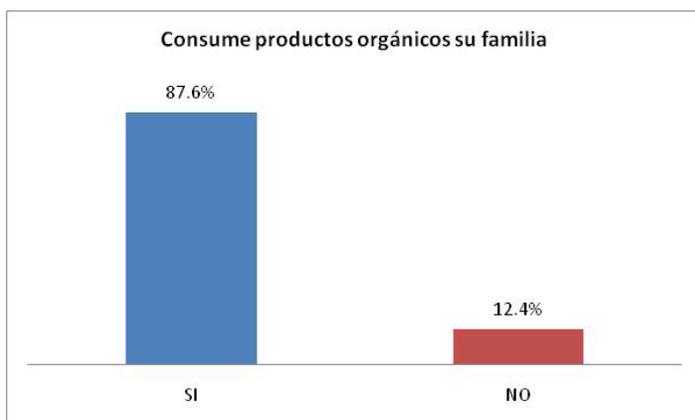
Al analizar el comercio con los socios comerciales las ventas hacia Estados Unidos crecieron 2.0% y hacia Centroamérica aumentaron 13.5%; en conjunto pesan 76.5% del total vendido y crecieron 7.0%. Las ventas que han disminuido y determinan el resultado global de las exportaciones son las destinadas al resto de países, que en conjunto cayeron 20.4% y pesan el 23.5% del total exportado. Ver Cuadro No. 23.

Cuadro No. 23.

Transacciones	Flujo acumulado al Año o mes de referencia						Crecimiento Acumulado Anual
	2008	2009	2010	2011	mar-11	mar-12	mar-12
1 Exportaciones (FOB)	4641.1	3866.1	4499.2	5308.8	1395.1	1403.6	0.6
1.1 Tradicionales	334.7	318.9	343.2	597.3	260	203.5	-21.7
1.1.1 Café 1/	258.7	230.3	213.2	464	182.5	137.5	-24.6
1.1.2 Algodón	0	0	0	0	0	0	0
1.1.3 Azúcar	75.5	88.2	127.7	132.6	77.4	65.8	-14.9
1.1.4 Camarón	0.5	0.4	2.4	0.8	0.1	0.1	-4.8
1.2 No Tradicionales	2937.8	2601.9	3021.6	3510.5	852.2	922.5	8.2
1.2.1 Centroamérica	1616.6	1386.1	1579.8	1888.6	454.9	511.8	12.5
1.2.2 Fuera de Centroamérica	1321.2	1215.9	1441.9	1621.9	397.3	410.7	3.4
1.3 Maquila	1368.5	945.2	1134.4	1201	282.9	277.6	-1.9
2 Importaciones (CIF)	9817.7	7325.4	8498.2	10118.2	2424.2	2577.4	6.3

2.1 Centroamérica	1522.1	1434.2	1522	1833.7	423.6	492.9	16.4
2.2 Fuera de Centroamérica	7290.4	5286.5	6223.4	7430.9	1801.9	1882.9	4.5
2.3 Maquila	1005.1	604.7	752.9	853.6	198.7	201.6	1.5
3 Balanza Comercial	-5176.6	-3459.3	-3998.9	-4809.4	-1029.1	-1173.8	14.1

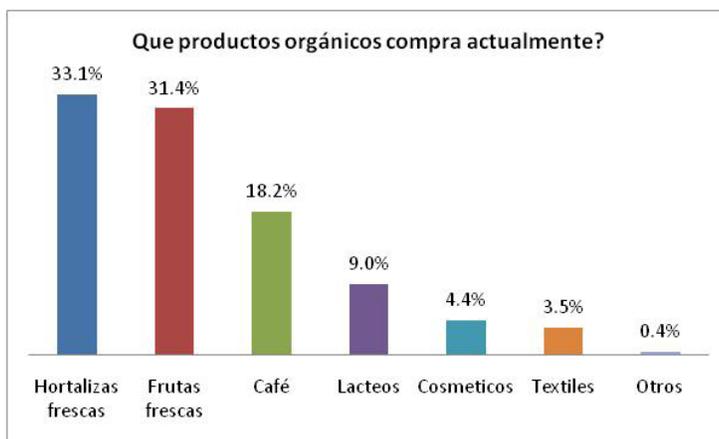
6.2.5 MERCADO NACIONAL



Existe una demanda actual y potencial, expresada en tipos de productos orgánicos, y entre las preferencias de la población en cuanto a los productos alimenticios, se inclina por los productos orgánicos. Según estudio realizado en el 2008

por El Salvador Organics, el 87.6% de familias salvadoreñas consumen productos orgánicos.

Según estudio de El Salvador Organics, entre los productos de mayor consumo por la población salvadoreña sobresalen las hortalizas, las frutas, el café y los productos lácteos.



Un factor que influye la demanda es el poder de compra de los consumidores salvadoreños. El consumo de hortalizas en El Salvador significa alrededor del 10.5% del gasto familiar.

7. CONCLUSIONES

1. San Pedro Masahuat, reúne las condiciones para mejorar su competitividad y sostenibilidad, es un territorio fuerte en recursos naturales y culturales con arraigos y tradiciones religiosas e históricas con atractivo turístico.
2. El turismo permite incrementar la demanda de los productos y servicios endógenos de los territorios y las características territoriales del municipio permiten identificar industrias como el turismo que puede dinamizar la economía local y fomentar el desarrollo de manera articulada con los sectores agropecuarios, agroindustriales y artesanales.
3. Existe un tejido de productores agropecuarios que requieren de asistencia técnica que les permita fortalecerlos y diversificar su producción.
4. Se requiere formalizar las iniciativas productivas en iniciativas microempresarias, que les permita competir en el mercado con productos novedosos y de calidad.

5. En el Municipio existen cadenas productivas que están desarticuladas, Existen sectores asociadas, especialmente agrícolas y pesqueras y en menor escala la artesanal pero no están articuladas o encadenadas con fines comerciales.

8. RECOMENDACIONES

1. Se requiere de una estrategia de Desarrollo Económico que permita articular y dinamizar las fortalezas y oportunidades que se identifican en el municipio.
2. Se requiere asistencia técnica a nivel gubernamental y no gubernamental para articular las cadenas productivas existentes en el municipio.
3. Se requiere desarrollar la plataforma turística del municipio y construir la cadena de turismo.
4. Promover la asociatividad pero con asistencia técnica y acompañamiento durante y después del proceso de creación y fomentar la conciencia de asociatividad a fin de que el esfuerzo no se debilite cuando falta el acompañamiento.
5. Es importante la gestión de microcréditos para promover el fortalecimiento y desarrollo empresarial de las iniciativas económicas identificadas en el municipio.

ANEXOS

**MATRIZ RESUMEN DEL DIAGNÓSTICO TERRITORIAL POR ZONA
(DIGITAL)**

FOTOGRAFÍAS DE LOS TALLERES (DIGITAL)

