

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



Universidad de El Salvador
Hacia la libertad por la cultura

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LAS EMPRESAS DEDICADAS AL TURISMO DE AVENTURA Y
DEPORTES EXTREMOS EN EL SALVADOR, CASO ILUSTRATIVO”.**

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO POR:

GUERRERO ALFEREZ, JENNY ESMERALDA

ORTIZ REYES, FRANCISCO ORLANDO

REYES GARCIA, JAVIER ARNOLDO

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENERO 2010

SAN SALVADOR

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIA ECONÓMICAS

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector(a): Máster. Rufino Antonio Quezada Sánchez

Secretario General: Lic. Douglas Vladimir Alfaro Chávez

Facultad de Ciencias Económicas

Decano: Lic. Roger Armando Arias Alvarado

Secretario: M.B.A. José Ciriaco Gutiérrez Contreras

Docente Directo: Lic. Nixon Rogelio Hernández Vásquez

Coordinador de seminario: Lic. Rafael Arístides Campos

Docente Observador: MSC. Francisco Antonio Quintanilla

Enero de 2010

San Salvador

El Salvador

Centroamérica

AGRADECIMIENTOS

Agradezco primeramente a Dios todo poderoso, por haberme permitido terminar mi carrera con éxito, ya que estoy segura que sin él nada hubiese logrado porque él ha estado conmigo en todos los momentos de mi vida. A la mujer más importante de mi vida que con sacrificio, empeño, consejos, comprensión, amor incondicional no hubiera sido sin ti amadísima madre Leonor Alférez muchísimas gracias. También a mi queridísima hermana por apoyarme y aconsejarme siempre. Y a todas las personas que de una manera u otra estuvieron conmigo.

Jenny Esmeralda Guerrero Alférez

Primeramente doy gracias a DIOS por haberme permitido culminar mis estudios con éxito, y por lo consiguiente a mi esposa e hijos ya que ellos fueron el motor fundamental para poder salir adelante, a mis padres por el apoyo incondicional, a los jefes de los empleos que he tenido ya que fueron flexibles con los horarios y labores asignadas, y a la UES por la formación profesional que me dio que espero desempeñar todos los conocimientos impartidos.

Francisco Orlando Ortiz Reyes

Agradezco a Dios por haberme permitido finalizar mis estudios en la Universidad de El Salvador, con mucho amor a mis padres, por su valioso esfuerzo y sacrificio a lo largo mi vida, a mi hermana y abuela por su incondicional apoyo en mi carrera, un agradecimiento especial a Licda. Michele Quintanilla por ser una persona importante en mi formación académica, al Sr. Héctor Mauricio Aguilar, propietario de Guanatours por sus aportes a la investigación, y por supuesto agradecer a nuestro asesor Lic. Nixon Rogelio Hernández Vásquez por sus ideas y tiempo invertido en nuestra tesis.

Javier Arnoldo Reyes García

ÍNDICE

RESUMEN	i
INTRODUCCIÓN	ii
CAPÍTULO I	
“MARCO TEÓRICO SOBRE DEPORTES EXTREMOS Y TURISMO DE AVENTURA, GENERALIDADES DE CENTROS TURISTICOS DE EL SALVADOR Y PLANES DE NEGOCIO”	
I. ASPECTOS GENERALES SOBRE TURISMO	1
A. HISTORIA DEL TURISMO	1
B. DEFINICIONES DE TURISMO	2
C. CLASIFICACIÓN DE TURISMO	2
1. Turismo de Descanso sol y playa	2
2. Turismo Científico	3
3. Ecoturismo	3
4. Turismo de Aventura	3
5. Turismo Agrícola o Agroturismo	4
6. Turismo Cultural	4
7. Turismo Histórico	4
8. Turismo Gastronómico	4
D. IMPORTANCIA SOCIOECONÓMICA DEL TURISMO	5
II. GENERALIDADES DEL MERCADO TURÍSTICO EN EL SALVADOR	
A. CONDICIONES FÍSICAS Y TERRITORIALES DE EL SALVADOR	5
1. Dimensiones	5
2. Ubicación Geográfica	5
3. División Territorial	6

4.	Hidrografía	7
5.	Vulcanología	7
6.	Clima	8
7.	Población	8
B	INSTITUCIONES RELACIONADAS CON EL TURISMO EN EL SALVADOR	8
1.	Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)	8
2.	Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)	9
3.	Ministerio de Turismo (MITUR)	9
C.	CLASIFICACIÓN POR CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DE LAS ZONAS TURÍSTICAS EN EL SALVADOR	10
1.	Playas	11
2.	Volcanes y Cerros	12
3.	Lagos	13
4.	Otros Destinos Turísticos en El Salvador	15
III.	GENERALIDADES DE TURISMO DE AVENTURA Y DEPORTES EXTREMOS EN EL SALVADOR.	16
A.	DEFINICION DE TURISMO DE AVENTURA	16
B.	DEFINICION DE DEPORTES EXTREMO	17
C.	GENERALIDADES SOBRE GUANATOURS (CASO ILUSTRATIVO)	17
1.	Antecedentes	17
2.	Deportes extremos y turismo de aventura ofrecidos por Guanatours	18
D.	CARACTERÍSTICAS DE LOS DEPORTES EXTREMOS	23
E.	VENTAJAS DE LOS DEPORTES EXTREMOS	23
IV.	FUNDAMENTOS TEÓRICOS SOBRE PLANES DE NEGOCIOS.	23
A.	DEFINICIÓN DE PLAN DE NEGOCIOS	24
B.	IMPORTANCIA DEL PLAN DE NEGOCIOS	24
C.	OBJETIVOS DEL PLAN DE NEGOCIOS	25
D.	VENTAJAS DEL PLAN DE NEGOCIO	25
E.	CARACTERÍSTICAS DEL PLAN DE NEGOCIO S	26
F.	ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIO	26

1. Resumen Ejecutivo	27
2. Idea del Producto o Servicio	27
a) Protección de la Idea del Negocio	28
b) Presentación de la Idea de Producto o Servicio	29
3. Equipos de Trabajo	30
a) Naturaleza e Importancia	30
b) Presentación del Equipo de Trabajo	30
4. Plan de Producción	31
5. Plan de Marketing	32
a) Elementos Básicos del Plan de Marketing	32
b) Análisis de Mercado y Competencia.	33
c) Elección de Mercado Objetivo.	34
d) Determinación de Estrategia de Mercado	34
6. Plan de Organización	37
a) Planificación de Recursos Humanos	37
b) Estructura Organizativa	39
c) Socios y Forma Legal	40
d) Administración de Sueldos	42
7. Plan Financiero	43
a) Proyecciones de Ventas	43
b) Proyecciones Financieras	44
c) Estados Financieros	45

CAPÍTULO II

“DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS DEPORTES EXTREMOS Y TURISMO DE AVENTURA EN EL SALVADOR”

I IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN	48
II OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	48
A. OBJETIVO GENERAL	48

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	49
III. MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	49
A. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	49
B. TIPO DE INVESTIGACIÓN	50
C. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	50
D. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN	51
1. Fuentes Primarias	51
a) Observación Directa	51
b) Encuesta	52
c) Entrevista Estructurada	53
2. Fuentes Secundarias	53
E. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y LA MUESTRA	54
1. Determinación del Universo	54
2. Determinación de la Muestra	54
3. Procedimiento utilizado en la Investigación	57
a) Procedimiento de la Investigación de campo	57
b) Procedimiento para la Tabulación y Análisis de datos	58
IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS A TRAVÉS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS TURISTAS.	59
A. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS	59
B. ANÁLISIS GENERAL DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO DE AVENTURA Y DEPORTES EXTREMOS EN EL SALVADOR	87
V. DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE GUANATOURS	90
A. ÁREA ORGANIZACIONAL	90
1. Misión	90
2. Visión	90
3. Valores	90
4. Organigrama General de Guanatours	91
B. ANÁLISIS DEL MERCADO	91

1. Fuerzas de Michael Porter	91
a) Amenaza de Nuevos Competidores	92
b) Rivalidad entre Competidores	92
c) Poder de Negociación de los Proveedores	92
d) Poder de Negociación de los Clientes	93
e) Amenaza de Ingreso de Productos Sustitutos.	93
2. PLANES DE MERCADEO DE GUANATOURS	93
C. AREA TÉCNICA DE GUANATOURS	95
1. Equipos utilizados por Guanatours en Deportes Extremos.	96
D. AREA FINANCIERA	101
1. Determinación de Ingresos	101
2. Determinación de los Costos de Operación	101
E. ANÁLISIS F.O.D.A DE GUANATOURS	102
VI. CONCLUSIONES	103
VII. RECOMENDACIONES	104

CAPITULO III

“PROPUESTA DE PLAN DE NEGOCIOS QUE CONTRIBUYA A FORTALECER LA PENETRACIÓN EN NUEVOS MERCADOS DE LAS EMPRESAS DEDICADAS AL TURISMO DE AVENTURA Y DEPORTES EXTREMOS EN EL SALVADOR.”

I. IMPORTANCIA DEL PLAN DE NEGOCIOS	106
II. OBJETIVOS DEL PLAN DE NEGOCIOS	106
A. OBJETIVO GENERAL	107
B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	107

III. ESTRUCTURA FORMAL DE PLAN DE NEGOCIOS QUE CONTRIBUYA A FORTALECER LA PENETRACIÓN EN NUEVOS MERCADOS DE LAS EMPRESAS DEDICADAS AL TURISMO DE AVENTURA Y DEPORTES EXTREMOS EN EL SALVADOR	108
A. RESUMEN EJECUTIVO	108
B. IDEA DE LOS SERVICIOS DE TURISMO DE AVENTURA Y DEPORTES EXTREMOS	110
C. NATURALEZA DEL PROYECTO	112
1. Nombre de la Empresa	112
2. Descripción de la Empresa	112
3. Misión de la Empresa	112
4. Visión de la Empresa	112
D. PLAN DE MERCADEO PARA IMPULSAR EL TURISMO DE AVENTURA Y DEPORTES EXTREMOS.	113
1. Análisis del Mercado	113
2. Determinación de Mercado Objetivo para los Servicios de Guanatours.	114
3. Análisis de la competencia	116
4. Productos y Servicios a ofrecer por Guanatours.	117
a) Otros Servicios.	120
5. Determinación de los Precios por Paquetes Turísticos.	121
6. Promoción de los Servicios ofertados por Guanatours.	127
a) Imagen propuesta a Guanatours para penetrar en el mercado del turismo de aventura y deportes extremos en El Salvador.	127
b) Presupuesto de Mercadeo.	128
7. Otras Estrategias de Mercadeo	134
8. Estructura de Ventas.	136
a) Personal de ventas	136

b) Personal de Campo	136
c) Proceso de Ventas.	137
E. PLAN DE OPERACIONES DE GUANANTOURS.	137
1. Instalaciones y Equipos	137
2. Fuerza de Trabajo	138
F. PLAN DE ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	140
1. Socios y Forma Legal	140
2. Estructura Organizacional	140
3. Funciones Específicas por Puesto.	141
4. Administración de Sueldos	142
G. PLAN FINANCIERO DE GUANATOURS.	144
1. Fuentes de Financiamiento	144
2. Inversiones	145
3. Costos	146
4. Proyecciones de Ventas	147
5. Amortización de Préstamo	149
6. Flujo de Caja Proyectado	151
7. Estado de Resultados Proyectados	152
8. Balance General Proyectado	153
H. CRONOGRAMA PARA LA PRESENTACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS A LA EMPRESA GUANATOURS.	154

GLOSARIO

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS.

RESUMEN

El origen de la investigación radica en el reconocimiento de la ausencia de empresas destinadas a proveer los servicios de turismo de aventura y deportes extremos en El Salvador, por lo que se destaca un mercado turístico atractivo para ser abordado.

Los objetivos trazados son:

- Realizar una investigación sobre la situación actual que permita obtener los elementos necesarios para la formulación de un plan de negocios que contribuya a fortalecer la penetración de las empresas dedicadas al turismo de aventura y deportes extremos en El Salvador.
- Realizar un diagnóstico sobre la situación actual del turismo de aventura y deportes extremos en El Salvador.

El método seleccionado para realizar la investigación es el científico con el cual se da respuesta a la situación problemática de la ausencia de esta clase de empresas turísticas.

Conclusión:

- De acuerdo a la investigación de campo la mayoría de personas, es decir un 88% no tienen conocimiento sobre empresas que se dediquen a la práctica de turismo de aventura y deportes extremos.

Recomendación:

- Se recomienda elaborar un plan de negocios que permita el establecimiento de empresas dedicadas a promover y practicar el turismo de aventura y deportes extremos, de manera segura y confiable en El Salvador.

INTRODUCCIÓN

El turismo en El Salvador se ha proyectado como un sector que puede contribuir al desarrollo económico del país, éste trabajo pretende dar un enfoque diferente a la manera en que tradicionalmente se realiza turismo, es decir, presentar al país como una alternativa que gracias a sus condiciones físicas y geográficas permiten la realización de los deportes extremos y turismo de aventura en lugares estratégicos, la creación de un plan de negocios orientado a la realización de estas actividades a través de personas capacitadas y con experiencia permitirán ofrecer a los turistas nacionales e internacionales una opción diferente de diversión y sano esparcimiento.

En el primer capítulo se toman en cuenta los aspectos teóricos y la estructura de un plan de negocios, conceptos básicos de los deportes extremos y de turismo de aventura, sus clasificaciones, generalidades de la empresa Guanatours y una breve explicación acerca de los deportes extremos que ofrece al mercado, se menciona también las autoridades que regulan el turismo en nuestro país.

En el capítulo dos se realiza el cálculo para establecer la muestra a estudiar para la investigación de campo, también se hace el estudio de la situación actual de la empresa GUANATOURS en la cual el estudio de campo se expresa a través de una representación gráfica de los resultados obtenidos recolectados por los instrumentos utilizados en el estudio, también se aplican las fuerzas de Michael Porter, los planes promocionales, y precios de los paquetes con los que cuenta la empresa

En cuanto al tercer capítulo se plantea una serie de proyecciones para determinar si es factible la propuesta del plan de negocios para lograr la penetración a nuevos mercados con un mejoramiento en las ofertas de los productos ofrecidos por la empresa, la oferta de nuevos deportes, se muestran los requerimientos del recurso humano y económico para poder ejecutar el plan propuesto por los integrantes del equipo de la investigación.

CAPÍTULO I

“MARCO TEÓRICO SOBRE DEPORTES EXTREMOS Y TURISMO DE AVENTURA, GENERALIDADES DE CENTROS TURISTICOS DE EL SALVADOR Y PLANES DE NEGOCIO”

I. ASPECTOS GENERALES SOBRE TURISMO

A. HISTORIA DE TURISMO¹

En la edad Media el deseo de victoria entre unos pueblos sobre otros motiva a desplazamientos humanos con deseos de conquistar regiones, esto dio origen a Guerras, con el fin de la búsqueda de nuevas rutas comerciales con las cuales se logro mayor expansión.

A mediados del siglo XVI aparece en Italia el uso de coches y carrozas, en Alemania surge el coche de uso ligero denominado Berlina. En el siglo XIX se desarrollan las líneas ferroviarias especialmente en Europa y Estados Unidos. A mediados de este siglo se considera a los Museos y Monumentos como lugares de interés turístico y se establecen regulaciones de horarios y precios. Surge la primera Agencia de Viajes en 1841 por medio del señor Thomas Cook, quien ofrecía sus servicios entre la demanda del cliente y una oferta de transporte, alojamientos y atractivos Turísticos. Entre otras manifestaciones tenemos el surgimiento de promotores internacionales y el desarrollo de grandes compañías ferrocarrileras. Se desarrolla la tendencia a eventos deportivos, Clubes Alpinos y una primitiva labor propagandística y la creación de oficinas de información.

¹ Monografias.com. "Turismo" Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos17/turismo/turismo.shtml> [Consulta 01 agosto 2009]

En el siglo XX se vivió un tímido crecimiento, cortado bruscamente por la primera guerra mundial (1,914 – 1,918). El Turismo se recupera en la post guerra, hasta el año 1,929 que decae por efectos negativos de la gran depresión de los Estado Unidos.

B. DEFINICIONES DE TURISMO

Turismo “es la actividad consistente en viajar e ir de excursión para divertirse o con una finalidad instructiva”, Deriva del francés "tour", es decir "vuelta", "viaje" y es una palabra que se usa en casi todas las lenguas del mundo, la palabra "tour", a su vez deriva de la palabra judía Tora que significa estudio, conocimiento, búsqueda.²

Según la Organización mundial de turismo OMT (1991), El turismo comprende las actividades de personas que viajan y permanecen en lugares fuera de su ambiente usual durante no más de un año consecutivo con fines de gozar de tiempo libre, negocios u otros.

C. CLASIFICACION DE TURISMO³

1. Turismo de Descanso Sol y Playa

El turismo convencional, conocido también como el modelo de "sol y playa", es un producto propio de la sociedad urbana e industrial cuyas características principales son entre otras un

²Edualter "Turismo" Disponible en: <http://www.edualter.org/material/turisme/definición.htm>. [Consulta: 10 de julio de 2009]

³ La guia.com. "Geografía de El Salvador Generalidades" .Disponible en: <http://geografia.laguia.com/geografia-regional/america/el-salvador-generalidades>. [Consulta: 04 agosto 2009]

turismo de gran escala, concentrado desde el punto de vista de la oferta y masificado desde el punto de vista de la demanda.

2. Turismo Científico

El objetivo principal del viajero que elige este tipo de turismo es abrir más sus fronteras para la investigación en esta área, ampliar y complementar sus conocimientos, por ejemplo excavaciones realizadas con el objetivo de buscar estructuras arqueológicas.

3. Ecoturismo

El ecoturismo es un nuevo movimiento conservativo basado en la industria turística que conservan el entorno y sostienen el bienestar de la comunidad local. Se acompaña por códigos éticos y un enorme grupo de viajeros internacionales, estudiantes, pensadores y el apoyo de los gobiernos de algunos países industrializados.

4. Turismo de Aventura

El turismo de aventura es otra de las modalidades del turismo alternativo, y sin duda una de las formas que mayores expectativas genera a su alrededor, por un cierto misticismo y tabúes que se han generado en su entorno.

La problemática comienza desde su propio nombre, algunos lo llaman turismo deportivo, otros más turismo de aventuras, otros tantos turismo de adrenalina o bien turismo de reto, y si bien su denominación es lo de menos, los conceptos si llegan a ser determinantes. Estas denominaciones generan confusiones y preocupaciones entre el turista e inclusive entre los prestadores y comercializadores de estos servicios.

5. Turismo Agrícola o Agroturismo

El Agroturismo ha dado como resultado los rancho-hoteles en Estados Unidos, con un éxito ascendente, pues ofrecen a los turistas, semanas completas de estadía con todos los servicios incluidos, además de enseñarles a cultivar, cosechar, operar los sistemas de riego y combatir plagas, entre otras actividades.

Una de las ventajas del Agroturismo es que las compras de productos alimenticios se hacen en la misma granja, o en otras vecinas, de modo que la demanda económica favorece directamente a la comunidad y esto contribuye a diversificar la oferta de productos y a sostener la economía de las comunidades rurales.

6. Turismo Cultural

Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad.

7. Turismo Histórico

Es aquel que se realiza en aquellas zonas cuyo principal atractivo es su valor histórico.

8. Turismo Gastronómico

Consiste en la motivación de desplazarse a diversos lugares para deleitar el paladar y conocer los platos típicos de las regiones.

D. IMPORTANCIA SOCIOECONÓMICA Y CULTURAL DEL TURISMO

El turismo es un factor realmente importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de un país, dada la diversidad de actividades favorables que traen bienestar económico es un instrumento generador de divisas, al ser una actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general; genera asimismo un mercado de empleos, genera una balanza de pagos favorables y sobre todo desarrolla las actividades económicas locales. El Turismo es un medio de intercambio social, ya que muestra efectivamente que la sociedad que desarrolla más actividades se capacita hacia la comprensión, para la adaptación de sus medios habituales, juzgando de una manera positiva su propia sociedad.⁴

II. GENERALIDADES DEL MERCADO TURÍSTICO EN EL SALVADOR

A. CONDICIONES FÍSICAS Y TERRITORIALES DE EL SALVADOR⁵

1. Dimensiones

La extensión territorial es de aproximadamente 21,742 km² con 286 kilómetros del litoral en el pacífico que se extiende a lo largo del país.

2. Ubicación Geográfica

El Salvador está localizado en América Central. Limita por noroeste con Guatemala, por el norte y el este con Honduras y por el sur con el Océano Pacífico. Al sureste comparte con Nicaragua las aguas del Golfo de Fonseca.

⁴ Monografias.com. "Turismo" (2008) Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos17/turismo/turismo.shtml> [Consulta: 04 agosto 2009]

⁵ La Guía 2000.com "Geografía de El Salvador generalidades" (2000) Disponible en <http://geografia.laguia.2000.com/geografiaregional/america/el-salvador-generalidades>, [consulta 04 de Agosto de 2009]

3. División Territorial

Está dividido en 14 departamentos agrupados en tres zonas:

a) Zona Occidental

- Ahuachapán, Cabecera Ahuachapán.
- Santa Ana, Cabecera Santa Ana
- Sonsonate, Cabecera Sonsonate

b) Zona Paracentral

- Cabañas, Cabecera Sensuntepeque
- Chalatenango, Cabecera Chalatenango
- Cuscatlán, Cabecera Cojutepeque
- La Libertad, Cabecera Nueva San Salvador
- La Paz, Cabecera Zacatecoluca
- San Salvador, Cabecera San Salvador
- San Vicente, Cabecera San Vicente

c) Zona Oriental

- La Unión, Cabecera La Unión
- Morazán, Cabecera San Francisco Gotera
- San Miguel, Cabecera San Miguel
- Usulután, Cabecera Usulután

4. Hidrografía

El Lempa es el río más caudaloso de El Salvador. Aunque nace en Guatemala de sus 422 Km, 360 Km corresponden a El Salvador. Entra en el país por el departamento de Chalatenango, corre por el norte partiendo en dos la Sierra Madre Salvadoreña. Desemboca en la planicie costera del océano Pacífico, entre los departamentos de San Vicente y Usulután. El Lempa es un río intensamente aprovechado, ya que a lo largo de su curso se suceden las presas, con aprovechamiento de riego e hidroeléctrico.

Por todo el territorio salvadoreño hay pequeños lagos de origen volcánico, que ocupan el interior de antiguos cráteres, o se represan detrás de cordones de lava. Los más importantes son:

- Ilopango
- Olomega
- Coatepeque

5. Vulcanología

Hay alrededor de 25 volcanes extinguidos, que presenta pequeños y enormes cráteres y corrientadas de lava. Desde la llegada de los españoles (siglo XVI), hasta la fecha, han hecho erupción los volcanes de Santa Ana o Ilimatepec, San Salvador o Quezaltepeque y Chaparrastique o San Miguel. Además se formaron El Playón (1685), Ízalco (1722) y Cerros Quemados en el Lago de Ilopango (1880). Entre los volcanes mas altos están Santa Ana o Ilimatepec, San Vicente o Chinchontepec, Izalco, Apaneca y el de San Salvador.

6. Clima

El clima típico de El Salvador es el clima tropical seco y húmedo, con dos estaciones bien marcadas una lluviosa, entre mayo y octubre, y otra seca, entre noviembre y abril. No obstante, el carácter montañoso del país provoca zonas climáticas más suaves que las del clima zonal, y así en la meseta interior, donde vive la mayor parte de la población, el clima es más templado y sano.

7. Población

Según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD-2006), la población en El Salvador es de 5,744,113 habitantes.

B. INSTITUCIONES RELACIONADAS CON EL TURISMO EN EL SALVADOR

1. Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU)

En 1960 desaparece la Junta Nacional de Turismo y se crea el Departamento de Fomento de la Industria Turística, como una dependencia del Ministerio de Economía, haciendo reformas a la ley y creando en 1961 por Decreto Ejecutivo No.469 con fecha 13 de Diciembre, publicado en el Diario oficial No.235 tomo No.193 con fecha 21 de Diciembre de 1961 el actual Instituto Salvadoreño de Turismo (I.S.T.U.) el cual es dependencia del Ministerio de Economía, regido por una Junta Directiva y administrado por un gerente, teniendo como finalidad administrar los centros recreativos de su propiedad así como también los inmuebles instalaciones.

2. Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR)

La Corporación Salvadoreña de Turismo, creada en el año de 1996, bajo Decreto legislativo No.779 con fecha 25 de Julio, publicada en el Diario oficial NO.156 tomo 332 y fecha 23 de Octubre de 1996, es la institución gestora del desarrollo turístico del país y se encuentra adscrita en el Ministerio de Turismo.

Sus acciones están orientadas hacia la coordinación de esfuerzos intersectoriales que buscan contribuir a que la actividad turística se convierta en una de las principales fuentes generadoras de empleo e ingresos que conduzcan al mejoramiento de las condiciones de vida de la población de forma sostenible. Unos de los objetivos principales que se propone, es la de responder a las necesidades de información requerida por los diferentes sectores dedicados a la industria turismo y su desarrollo. A través de su Unidad de Estadísticas e Investigaciones.

3. Ministerio de Turismo (MITUR)

El ministerio de Turismo nace por medio del decreto ejecutivo N° 1 publicado en el Diario Oficial N° 100 tomo N° 363 con fecha 1 de Junio de 2004 y tiene como responsabilidad la conducción de dos instituciones ya existentes, el Instituto de Turismo (ISTU) y la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR). Por medio de las cuales busca propiciar al país como destinos turísticos de mayor relevancia y lograr la competitividad a nivel nacional. Los cinco ejes de actividad turística y que están contempladas dentro de la Estrategia Nacional de Turismo son:

- Impulso del Turismo como Política de Estado
- Desarrollo del destino turístico
- Promoción y mercadeo turístico

- Apoyo a la competitividad turística
- Facilitación turística

Esta propuesta de gobierno y sus intentos por desarrollarla como eje importante del sector turismo, responde al Plan de Gobierno, denominado País Seguro, como una estrategia que abarca un período de 10 años, 2004-2014. los cuales visualiza los beneficios del turismo como un rubro para fortalecer la economía, apoyar el desarrollo de diversos sectores, en especial a la pequeña y mediana empresa; generar divisas y empleos (multisectoriales y multidisciplinarios); impulsar el desarrollo regional y local; fortalecer la imagen del país a nivel internacional; atraer inversión extranjera y promover la inversión nacional Asimismo propiciar la integración productiva de diversos sectores y regiones del país, de igual manera busca fortalecer la identidad nacional.⁶

C. CLASIFICACIÓN POR CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DE LAS ZONAS TURÍSTICAS EN EL SALVADOR

El Salvador debido a sus condiciones territoriales y su posición geográfica es rico en áreas naturales como lo son cerros, volcanes, bosques, y cuenta además con una zona costera con atractivos turísticos que son del agrado y placer de sus visitantes nacionales e internacionales, a continuación se presenta algunas de los lugares con mayor afluencia de visitantes

⁶ El Salvador Travel. "Ministerio de Turismo (MITUR) Disponible en: http://www.elsalvador.travel/secciones.php?id_seccion=3&lang=sp&portal=2. [Consulta 01 Agosto 2009]

1. Playas

Una playa es un accidente geográfico consistente en la acumulación de sedimentos por efecto de la dinámica local del oleaje. Estos sedimentos son normalmente arenas, pudiendo existir varias de ellas sobre un mismo banco de sedimentos, debido a que en unos metros el tipo de rompiente puede variar dando origen a un tipo de playa distinto.⁷

El Salvador Cuenta con una extensión significativa de playas a lo largo de todo su territorio, dentro de los cuales se puede mencionar:

- **Playa El Tunco**

Es una playa en el departamento de La Libertad, muy cercana a San Salvador (unos 37 kms), que ofrece olas apropiadas para los amantes del surf y que además se ha convertido en un paraíso bohemio, por la gran cantidad de opciones de variada diversión.⁸ (Ver Anexo N° 1)

- **Playa El Sunzal**

Ubicada en la zona occidental del país, es una playa muy apreciada por los surfistas, y aquí se realizan varios eventos de surf, ya que sus condiciones se prestan mucho para esta práctica. La playa El Sunzal ha sido considerada como una de las 10 mejores playas del mundo para la práctica del surf.⁹ (Ver Anexo N° 1)

⁷ Wikipedia.org. "Playa". Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Playa> [Consulta: 30 agosto 2009]

⁸ Operador Turístico calle real. "El tunco". Disponible en: <http://www.senderoselsalvador.com/ES/tunco.php>. [Consulta: 06 agosto 2009]

⁹ Portal Turístico de El Salvador. "Playa y sol". Disponible en: <http://www.elsalvador-in.com/rutasolyplaya.html>. [Consulta: 07 agosto 2009]

- **Costa del Sol y Estero de Jaltepeque**

La playa mas extensa de El Salvador de 12 a 15 kms aprox. con muchos hoteles, clubes de playa y lugares donde poder ver hermosos amaneceres y atardeceres. Así mismo al final del Boulevard Costa del Sol puede tener acceso al Estero de Jaltepeque donde podrá navegar a través de sus canales con manglares y observar aves como garzas, patos, gaviotas; ya que estos manglares son refugio de aves migratorias y residentes.¹⁰ (Ver Anexo N° 1)

2. Volcanes y Cerros

Un volcán, en esencia, es un aparato geológico, comunicante temporal o permanentemente entre el manto y la superficie terrestre. Un volcán es también una estructura geológica, por la cual emergen el magma (roca fundida) y los gases del interior de un planeta.¹¹

Cerro o colina es una eminencia topológica que pueden formarse por varios fenómenos geomorfológicos: por el surgimiento de fallas geológicas; por erosión de otros accidentes geográficos mayores, tales como las mismas montañas.¹²

Dentro de los Volcanes y Cerros más conocidos en El Salvador se pueden mencionar:

- **Volcán de Izalco**

El Volcán de Izalco es el más joven de los volcanes de El Salvador y uno de los más jóvenes del continente americano. Se originó en el año de 1770, cuando un orificio en la falda del Volcán de

¹⁰ Portal Turístico de El Salvador. "Playa y sol". Disponible en: <http://www.elsalvador-in.com/rutasolyplaya.html>. [Consulta: 07 agosto 2009]

¹¹ Wikipedia. "Volcán". Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Volcan>. [Consulta: 30 agosto 2009]

¹² Wikipedia. "Cerro". Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Volcan>. [Consulta: 30 agosto 2009]

Santa Ana comenzó a despedir humo y cenizas. Ganándole el sobrenombre de Faro del Pacífico por sus erupciones.¹³ (Ver Anexo N° 2)

- **Volcán de San Salvador**

Su nombre antiguo era Quezaltepeque, actualmente se le conoce con el nombre de Boquerón. Se ubica al oeste de la ciudad de San Salvador y es un complejo que incluye los picos: Picacho (1.967mts) y Jabalí (1,397 mts). El cráter (El boquerón) tiene un diámetro de 1,500 mts y se sitúa a 1,800 m de altura.¹⁴ (Ver Anexo N° 2)

- **Cerro El Pital**

Cerro El Pital es un cerro situado en el municipio de San Ignacio, en el departamento de Chalatenango, situado a 15 Km. Al noreste de la villa de San Ignacio. Es la cima más montañosa y elevada del país. EL Cerro Pital es un centro Turístico ubicado al Norte de la Ciudad de San Salvador. Es también el punto más alto de El Salvador con una elevación de 2730 msnm.¹⁵
(Ver Anexo N° 2)

3. Lagos

Un Lago es un cuerpo de agua dulce o salada, más o menos extensa, que se encuentra alejada del mar, y asociada generalmente a un origen glaciar. El aporte de agua a los lagos viene de los ríos y del afloramiento de aguas freáticas.¹⁶

Los Lagos más importantes que se encuentran en El Salvador son:

¹³ Wikipedia. "Volcán de Izalco". Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Volc%C3%A1n_de_Izalco. [Consulta: 07 agosto 2009]

¹⁴ Wikipedia. "Volcán de San Salvador". Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Volc%C3%A1n_de_Izalco [Consulta: 07 agosto 2009]

¹⁵ Wikipedia. "Cerro El Pital". Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Cerro_El_Pital [Consulta: 30 agosto 2009]

¹⁶ Wikipedia. "http://es.wikipedia.org/wiki/Lago". Disponible en: [Consulta: 30 agosto 2009]

- **Lago de Coatepeque**

El lago de Coatepeque es de origen volcánico y está situado a 18 km al sur de la ciudad de Santa Ana. Tiene una altitud de 745 msnm y una superficie de 25.3 km². Además, su profundidad de 115 mts cuenta con una isla llamada la Isla del Cerro o Teopán. El topónimo "Coatepeque" significa "Cerro de Culebras" en lenguaje náhuatl.¹⁷ (Ver Anexo N° 3)

- **Lago Suchitlán**

Fue creado en 1973 tras la realización de la presa del Cerrón grande tiene una extensión de 135 km cuadrados, lo que lo hace el lago de mayor superficie de todo El Salvador.

Es el gran elemento de carácter natural de toda la región, pieza clave en el paisaje y en parte a la actividad económica no solo en Suchitoto si no en parte del departamento de Chalatenango. El Lago de Suchitlán cuenta ahora con un puerto (San Juan) que ofrece facilidades de embarque y alimentación, así como es punto de partida para diferentes tours que realizan en el lago ya sea en ferry o en lanchas.¹⁸ (Ver Anexo N° 3)

- **Lago de Ilopango**

El lago de Ilopango es un lago de origen volcánico en El Salvador. Mide 8 x 11 km, tiene una superficie de 72 km² y una profundidad de 230 m. Se sitúa a 16 km de la ciudad San Salvador, entre los departamentos de San Salvador, Cuscatlán y La Paz. Es el lago natural más grande de

¹⁷Wikipedia. "Lago de Coatepeque". Disponible http://es.wikipedia.org/wiki/Lago_de_Coatepeque [Consulta: 30 de Agosto de 2009]

¹⁸ Ministerio de Turismo "Lago suchitlan" Disponible en: <http://www.corsatur.gob.sv/suchitlan.htm> [Consulta: 07 Agosto 2009]

El Salvador. Sus aguas con abundante pesca de mojarra, guapotes y juilines y propio para la navegación a vela o en embarcaciones de motor.¹⁹ (Ver Anexo N° 3)

4. Otros Destinos turísticos en El Salvador

- **Puerta del Diablo**

A un kilómetro a sur del Parque Balboa se encuentra el Cerro el Chulo, que se le conoce como "La puerta del diablo". El múltiple panorama que ese contempla desde aquí es de sublime belleza y de imposible descripción. Su nombre lo debe a su curiosa formación de dos grandes rocas, salientes del abismo que corta la montaña parece un portón gigantesco abierto al paisaje del fondo, desde donde se puede divisarse el litoral del Océano Pacífico, el Lago de Ilopango, etc.²⁰ (Ver Anexo N° 4)

- **Chorros de la Calera**

Los Chorros de la Calera es una belleza natural ubicada a 2 kilómetros de Juayúa en el departamento de Sonsonate.²¹ (Ver Anexo N° 4)

- **Parque Nacional El Imposible**

El Imposible es un bosque tropical declarado parque nacional en 1,989 se encuentra en la parte suroeste del Departamento de Ahuachapán. Es uno de los últimos bosques secos tropicales de

¹⁹ Wikipedia, "Lago de Ilopango", Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Erupci%C3%B3n_del_Monte_Santa_Helena_en_1980 [Consulta: 07 Agosto 2009]

²⁰ Ministerio de Turismo. "Naturaleza y aventura" Disponible en: <http://www.corsatur.gob.sv/naturaleza.htm> [Consulta: 07 agosto 2009]

²¹ El Salvador Turismo "Chorros de la Calera" Disponible en: <http://www.elsalvadoriturismo.com.sv/turismoelsalvador/areasnaturales/loschorrosdelacalera/> [Consulta:08 agosto 2009]

El Salvador, donde podemos ver más de 250 especies de aves (migratorias y endémicas), mamíferos e insectos, además de la vegetación propia del lugar.

El Parque Nacional El Imposible es una reliquia boscosa y es el último refugio de muchas especies de animales y plantas que están amenazadas o en peligro de extinción en El Salvador.²² (Ver Anexo N° 4)

III. GENERALIDADES DE TURISMO DE AVENTURA Y DEPORTES EXTREMOS EN EL SALVADOR.

A. DEFINICIÓN DE TURISMO DE AVENTURA

“Turismo de aventura es un tipo de turismo que implica la exploración o el viaje a áreas remotas, donde el viajero puede esperar lo inesperado. El turismo de aventura está aumentando rápidamente su popularidad ya que los turistas buscan vacaciones inusuales, diferentes de las típicas vacaciones en la playa.”²³

Este tipo de Turismo también se relaciona directamente con el deporte de aventura o riesgo, donde la gente tiene por objetivo pasar momentos de adrenalina a costo de un porcentaje de riesgo. El Turismo de Aventura tiene como objetivo principal el fomento de las actividades de aventura en la naturaleza. Es el hecho de visitar o alojarse en zonas donde se pueden desarrollar los llamados deportes de aventura o Turismo Activo.

²²El Salvador.com. “Parque nacional el imposible” Disponible en: <http://212.4.98.171:8181/es-ES/Centroamerica/Presentacion/ElSalvador/Experiencias/Paginas/BosqueElImposible.aspx> [Consulta: 07 agosto 2009]

²³Wikipedia, turismo de aventura, Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/turismo_de_aventura. [consulta 13 de junio de 2009]

B. DEFINICIÓN DE DEPORTES EXTREMOS

“Son todos aquellos deportes o actividades de ocio con algún componente deportivo que conllevan una real o aparente peligrosidad por las condiciones difíciles o extremas en las que se practican.”²⁴

“Por definición, se considera un deporte extremo todo aquél que posea una real o aparente peligrosidad o que se practique bajo unas condiciones difíciles. Para algunas personas, la práctica de este tipo de deporte es sinónimo de irresponsabilidad y locura. Sin embargo, la realidad es otra.”²⁵

C. GENERALIDADES SOBRE GUANATOURS (CASO ILUSTRATIVO)

1. Antecedentes

Guanatours es un empresa dedicada a la prestación de los servicios de turismo de aventura y deportes extremos en El Salvador, cuyas operaciones iniciaron en el año 2002, cuyo propietario es el Sr. Héctor Mauricio Aguilar quién es jefe encargado de la unidad de Rescate de la Policía Nacional Civil (PNC) dentro de la Unidad de Mantenimiento del Orden (UMO) esta idea del negocio del Sr. Aguilar surgió debido al conocimiento adquirido en las capacitaciones realizadas a nivel nacional e internacional, y enmarcadas dentro de su jornada normal de trabajo, donde con el paso de los años ha formado su prestigio como instructor en estas disciplinas.

²⁴ Wikipedia, deportes extremos, Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/deporte_extremo. [consultado el 13 de junio de 2009]

²⁵ movilidad.iniversiablogs.net, Deportes extremos, Disponible en: http://movilidad.iniversiablogs.net/deportes_extremos. [consulta el 13 de junio de 2009]

2. Deportes Extremos y Turismo de Aventura ofrecidos por Guanatours.

A continuación se presenta las clases de deportes extremos ofrecidos por GUANATOURS a nivel nacional, es importante mencionar que estas actividades pueden ser realizadas si las condiciones territoriales y climáticas de las zonas turísticas así lo permiten:

Rappel

Es un sistema de descenso por cuerda utilizado en superficies verticales. Se utiliza en lugares donde el descenso de otra forma es complicado, o inseguro.

El rappel es el sistema de descenso autónomo más ampliamente utilizado, ya que para realizar un descenso sólo se requiere, -además de conocer la técnica adecuada-, llevar consigo un mínimo equipo y una cuerda. El rappel es utilizado en excursionismo, montañismo, escalada en roca, espeleología, barranquismo y otras actividades que requieren ejecutar descensos verticales en lugares naturales²⁶



²⁶ Wikipedia.Rappel .disponible en :[http://es.wikipedia.org/wiki/Rapel_\(excursionismo\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Rapel_(excursionismo))[consulta: 04 de agosto de 2009]

Camping

Es una actividad realizada comúnmente al aire libre que implica pasar una o más noches en una tienda de campaña, carpa o caravana, generalmente con el fin de "alejarse de la civilización" y disfrutar de la naturaleza.²⁷



Tirolesa o Canopy

El concepto moderno se aplica para los deportes de aventura y consta de uno o dos cables de acero sujetos entre dos puntos, con diferente altura entre ambos, para obtener una pendiente de varios grados.²⁸

²⁷ Wikipedia. Camping. Disponible en: es.wikipedia.org/wiki/camping. [consulta el 13 de junio de 2009]

²⁸Potrero de mulas. tirolesa y parques de desafio. Disponible en <http://www.potrerodemulas.com.mx/menuTirolesa.html> [consulta 13 de junio de 2009]



Cañoning

Esta actividad se conoce como el recorrido a lo largo de ríos y cañones que implica el paso por caídas de agua, pozas y paredes de roca empleando técnicas de ascenso y descenso, nado y caminata con equipo especializado.²⁹



Puenting

El puenting es un deporte extremo, concretamente una modalidad de salto encordado que se realiza desde puente con cuerdas dinámicas de escalada en forma de péndulo. No todas las

²⁹Alternativo_turismo. cañoning. Disponible en: http://alterativo_turismo.com/glosario.html [consulta:13 de junio de 2009]

modalidades de salto que se realizan se pueden realizar desde puentes, Pero el puenting siempre se hace desde uno de ellos (y nada más que desde puente).³⁰

Hay actividades similares (como el jumping), saltos en forma de péndulo que se realizan sin puente pero en ese caso no son puenting



Buceo

Es el acto por medio del cual el hombre penetra en el mar, un lago, río o cualquier lugar con aguas, con el fin de desarrollar una actividad deportiva, comercial o de investigación científica o militar.³¹

³⁰Wikipedia .puenting.disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Puenting>. [consulta el 13 de junio de 2009]

³¹ Diving zone. Que es buceó. Disponible en: <http://diving-zone.com/esp/que-es-buceo.html>. [consulta 04 de agosto de 2009]



Caminatas Extremas

Esta actividad es una de las de mayor aceptación y demanda, las rutas o circuitos de caminata de preferencia deben estar previamente establecidos y dosificados de acuerdo al perfil del turista que la va a practicar y con ciertos caminos o senderos peligrosos o con cierta dificultad.³²



³² Alternativo_turismo.caminatas extremas. Disponible en: http://alternativo_turismo.com/glosario.html. [consulta el 13 de junio de 2009]

D. CARACTERISTICAS DE LOS DEPORTES EXTREMOS.³³

- Placer personal
- Riesgo físico
- Trabajo en equipo
- Preparación psicológica
- Desarrollo de cualidades físicas

E. VENTAJAS DE LOS DEPORTES EXTREMOS.³⁴

- Conexión con la naturaleza
- Satisfacción a la necesidad de aventura
- Escapar de la rutina diaria
- Experiencias nuevas combinadas con el deporte
- Libertad física, mental y emocional

IV. FUNDAMENTOS TEÓRICOS SOBRE PLANES DE NEGOCIO

Para lograr desarrollar una idea de negocio las personas deben de auxiliarse de una herramienta administrativa que le permita visualizar el camino que debe de seguir para alcanzar el éxito de su idea, considerando que en la actualidad la competencia en el mercado es fuerte y exigente, se requiere de una innovación en cuanto a los procesos de hacer negocio, así como también personal que promueva cambios a favor de las organizaciones.

³³ Editum.org.Deportes extremos y su diferencia con los deportes tradicionales. Disponible en: <http://www.editum.org/Deportes-Extremos-Su-Diferencia-Con-los-Deportes-Tradicionales-p-326.html>. [Consulta: 26 de Agosto 2009]

³⁴ Buscar información. Deportes extremos. Disponible en: http://www.buscarinformacion.com/deportes_extremos/indice.html [Consulta: 26 de Agosto 2009]

A. DEFINICIÓN DE PLAN DE NEGOCIOS

Según González Salazar (2007), el plan de negocios es una herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso de planeación que le ayude a seleccionar el camino adecuado para el desarrollo de sus metas y objetivos, y que se convierte en la guía de sus actividades diarias.

El plan de negocios es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina su viabilidad técnica, económica y financiera, y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la citada oportunidad en un proyecto empresarial concreto.³⁵

B. IMPORTANCIA DEL PLAN DE NEGOCIOS

Elaborar adecuadamente un plan de negocios, permitirá al empresario conocer y entender adecuadamente las reglas del mercado, al realizar un análisis a conciencia de la industria donde competirá su empresa, su elaboración servirá al empresario para criticar y clarificar sus propias ideas, le permitirá prevenir errores poco evidentes, y le ayudará a identificar los principales puntos críticos para alcanzar el éxito y a medir el potencial de negocio real.

Desarrollar un buen plan de negocios le mostrará al empresario con mayor claridad el funcionamiento y desempeño de la empresa al buscar financiamiento con un socio o con una institución financiera. Es importante mencionar que actualmente un plan de negocios bien

³⁵ Ignacio de la Vega G, El Plan de negocio: Una herramienta indispensable (España: Instituto de empresas, 2004), P.1.

elaborado es “requisito fundamental”, solicitado por los bancos o inversionistas privados, para evaluar la posibilidad de financiar una nueva empresa.³⁶

C. OBJETIVOS DEL PLAN DE NEGOCIOS

El plan de negocios ayuda a alcanzar un conocimiento amplio y objetivo de la empresa, al mismo tiempo a encontrar socios o servir de base para convencer a estos del valor del proyecto y obtener los recursos y capacidades necesarias para poner en marcha el plan, y de ésta manera obtener el financiamiento para ejecutar el negocio. Por otra parte permite hacer proyecciones de ingresos y gastos lo más cercano a la realidad.³⁷

D. VENTAJAS DEL PLAN DE NEGOCIOS

El plan de negocios ofrece una serie de ventajas previas a la ejecución del proyecto, que le permite al inversionista o al titular de la idea, estudiar las mejores alternativas a desarrollar, dentro de las cuales se pueden mencionar:

- El Plan de negocios muestra en un documento el o los escenarios futuros y más probables con todas las variables, con el fin de facilitar un análisis integral que pueda ser presentado a otras partes involucradas en el proyecto (inversionistas, socios, bancos, proveedores, clientes).
- Se crea una imagen que permita identificar necesidades, así como visualizar problemas de recursos y su asignación en el tiempo, teniendo como consecuencia un ahorro.

³⁶ Juan C. Hidalgo y Samuel Salazar, Guía práctica para la elaboración del plan de negocio (El Salvador: FIAGRO, 2003), p.3

³⁷ Ibid, p.3

- En las pequeñas y medianas empresas, el elaborar un plan de negocios, permite establecer una distancia considerable y necesaria entre los cambios caprichosos de los empresarios y las decisiones de negocios tomadas en base a la información y análisis.³⁸

E. CARACTERÍSTICAS DEL PLAN DE NEGOCIOS

Para lograr que el plan de negocios logre ser aceptado por las personas interesadas en invertir en su ejecución es importante que reúna las siguientes características:

- Definir diversas etapas que faciliten la medición de sus resultados.
- Definir con claridad los resultados finales esperados.
- Identificar posibles oportunidades para aprovecharlas en su aplicación.
- Prever las dificultades que puedan presentarse y las posibles medidas correctivas.
- Ser claro, conciso e informativo.³⁹

F. ESTRUCTURA DEL PLAN DE NEGOCIOS

Redactar un plan de negocios nos conlleva a pensar de una manera disciplinada, si se pretende realizar un trabajo intelectual serio, una idea puede parecer brillante al concebirla, pero se debe de considerar todos aquellos detalles que harán posible su éxito o fracaso, así como también las cifras económicas que es la base sobre la cual se fundamenta el proyecto. A continuación se detalla su composición.

³⁸ Club Planeta. "Ventajas y tiempo para hacer el plan de negocio" (2008). Disponible en: http://www.trabajo.com.mx/ventajas_y_tiempo_para_hacer_el_plan_de_negocio.htm [Consulta: 03 Agosto 2009].

³⁹ Comercio Hispano. "Como elaborar un plan de negocios" (2009). Disponible en: www.planeacion.cundinamarca.gov.co/.../como%20elaborar%20un%20plan%20de%20negocios [Consulta 03 Agosto 2009]

1. Resumen Ejecutivo

El resumen ejecutivo ofrece una impresión general y todo lo que un lector necesita conocer sobre el plan de negocios, es decir el resumen es el dibujo definitivo, sin embargo debe proveer a las personas interesadas todos los elementos relevantes y en detalle sobre los elementos que componen el proyecto, elaborar un resumen claro y conciso en dos páginas implica a menudo una dificultad superior y un tiempo mayor que los requeridos para elaborar 20 hojas de descripción detallada. La síntesis exige un proceso intelectual adicional, y, por tanto, tiempo.⁴⁰

Además, se debe pensar en el lector, asegurarse de que la estructura resulta clara y comprensible, el lenguaje no debe ser complicado de manera que pueda leerse rápidamente, así se pretende atraer la atención del lector y que los inversores muestren interés antes de que se decidan a financiar el proyecto, querrán tener una mayor información y sacar conclusiones sobre si el proyecto será capaz o no de superar la prueba crítica del lanzamiento al mercado.

El resumen aporta otra ventaja, como sinopsis de las percepciones puede servir de base para la comunicación clara y concisa en una exposición oral breve, es decir todos los puntos clave quedan así expuestos en dos minutos.⁴¹

2. La Idea del Producto o Servicio

El objetivo esencial de una nueva empresa es ofrecer una nueva solución a un problema existente en el mercado, satisfacer una necesidad de sus clientes potenciales, por ello el plan de negocios debe iniciar con la identificación de esta necesidad y con la propuesta de una solución.

⁴⁰ Ideas 2007. "Manual para la elaboración del plan de negocio" (2207) Disponible en:
http://www.ideas.com.ve/files/Manual_elaboracion_Planes_Negocio.pdf [Consulta 04 Agosto 2009]

⁴¹ Ibid.

Considerar la idea del negocio desde una perspectiva más práctica, por lo general implica un proceso interactivo, en el que nuevas percepciones sobre un elemento del plan pueden afectar a otras, se debe considerar siempre las críticas y será siempre necesario consultar a expertos, inversores, empresarios y clientes potenciales.

a) La Protección de la Idea de Negocio.

Sólo unas pocas ideas tienen la auténtica chispa de la autenticidad, las ideas verdaderamente geniales no se copian fácilmente, en la mayoría de los casos es necesario recurrir a un sello legal que le proporcione suficiente seguridad, permitiendo a su vez llevar a cabo negociaciones provechosas, ya que le brindan seriedad legal a la misma idea del negocio, dentro de las cuales se pueden mencionar:

La patente: patentar desde el principio los nuevos productos o servicios resulta aconsejable, se recurre a un abogado que proporcione las garantías de protección. El futuro éxito de la empresa puede depender de esta protección, pero todas las compañías se enfrentan a poderosos competidores por lo que es necesario contar con éste recurso legal.⁴²

Acuerdo de confiabilidad: Los contadores, abogados y empleados bancarios están obligados por ley a respetar la confiabilidad de los negocios de sus clientes, a los inversores de capital también les interesa enormemente conservar la confidencialidad de las ideas de sus clientes, a cualquiera que hace mal uso de ellas posiblemente no se le confiará más, una

⁴² Ibid.

mejor manera de enfocar el tema es investigar cual es la reputación de los posibles socios a los cuales se les expondrá la idea antes de entrar en el negocio.⁴³

Ejecución rápida: Probablemente la protección contra el robo de la propiedad intelectual sea poner rápidamente en práctica la idea, pasar desde este punto a una empresa con éxito requiere un enorme esfuerzo.⁴⁴

b) La Presentación de la Idea de Producto o Servicio.

En esta etapa de presenta de manera clara y sencilla como la idea de negocio resuelve un problema concreto, se necesitan argumentos que puedan ser comprendidos por quienes no son expertos y se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Señalar el problema y su solución.
- Describir cual es la innovación de la idea, explicar hasta que punto la solución ofrece al cliente una utilidad única y cuantifica esta última.
- Comunicar de forma visual una imagen del producto, prototipo o servicio en acción, o un organigrama del sistema permitirá que el lector se haga una idea de lo que se pretende dar a conocer, además documentar el estado de la evolución del producto o servicio.
- No preocuparse por los detalles técnicos, carecen de interés para los inversores, y es posible que no influya en su decisión de invertir.⁴⁵

⁴³ Ibid.

⁴⁴ Ibid.

⁴⁵ Ibid.

3. Equipos de Trabajo

Poner en marcha una compañía de rápido crecimiento constituye una tarea enormemente ambiciosa, para conseguir el éxito, y para luchar por él, hay que hacerlo paso a paso, además de la idea acertada, un entorno apropiado y el apoyo de una amplia lista de asociados, se necesita el impulso de un buen equipo de trabajo.

A fin de cuentas, la diferencia entre el éxito y el fracaso está en la forma en la que se lleva a la práctica el plan de negocios, y esta tarea recae, sin duda en el equipo de trabajo.

Al conformar el equipo de trabajo es importante considerar:

a) Naturaleza e Importancia:

La distribución de tareas sólo es posible con un equipo que reúna habilidades complementarias, un equipo con un buen funcionamiento encontrará las mejores soluciones a los problemas encontrados en el negocio en marcha, además por encima de todo, los inversores ajenos a la empresa están aportando su dinero al equipo, quienes son los mismos promotores de la idea y de quienes dependerá el triunfo de la idea.⁴⁶

b) Presentación del Equipo de Trabajo:

Es aquí donde se pretende convencer a los inversores de la motivación y eficacia del personal a considerar en el proyecto. Es conveniente describir las características y cualidades de cada uno

⁴⁶ Ibid.

de los integrantes, dentro de los cuales se pueden mencionar, formación profesional, experiencia laboral, capacidades dignas de mencionar, logros, todo esto de manera breve y concisa.⁴⁷

4. Plan de Producción

Según la Agencia Federal para el Desarrollo de la Pequeña Empresa (2007) La producción es la transformación de diversos insumos, mediante la utilización de recursos tanto humanos, técnicos y físicos, dando como resultado el producto final requerido por los consumidores ya sean estos bienes o servicios.

Para la realización de un adecuado plan de producción es indispensable establecer primeramente los objetivos que se pretenden alcanzar en dicha área, esto con el propósito de contribuir al cumplimiento de las metas establecidas; luego se elaboran las especificaciones detalladas del producto y además se describe el proceso para su elaboración.

Después es necesario establecer las características de los medios tecnológicos a utilizar en la producción, así como realizar una descripción del equipo y las instalaciones físicas necesarias para implementarlas.

También deben determinarse los insumos para la elaboración del producto y para esto hay que tomar en cuenta la capacidad instalada de producción y determinar como se manejarán los inventarios.

Posteriormente se determinará la ubicación de la empresa y se elaborará el diseño de la planta, las oficinas y después se hará el requerimiento de la mano de obra necesaria para la producción,

⁴⁷ Ibid.

por último se define el programa de producción para conocer la secuencia cronológica de las actividades a desarrollar

5. Plan de Marketing

La tarea principal de las compañías es satisfacer las necesidades de sus clientes, por lo tanto el marketing no debe ser confundido con el término ventas, las técnicas del mercadeo tienen un alcance mayor, es decir se considera la investigación y desarrollo, producción y administración de productos o servicios, una empresa que fundamenta sus actividades en un enfoque de marketing siempre estará a la altura de las necesidades de sus clientes y hacerlo mejor que la competencia. Por lo tanto el marketing es uno de los elementos imprescindible en un plan de negocios, porque se trata de convencer a los inversionistas de que existe un mercado potencial y por lo tanto rentable a sus intereses.

Kotler y Armstrong (2004) sostienen que el marketing es el proceso social y de gestión mediante el cual los distintos grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de unos productos y valores con otros.

a) Elementos Básicos del Plan de Marketing

Al elaborar el plan de negocios sobre todo por ser una idea, es importante utilizar el sentido común con mucha frecuencia, se puede decir que el no diseñar un buen programa de marketing la empresa puede cometer graves errores en su desarrollo dentro del mercado, debido a que es necesario pensar y sentir como el cliente lo haría, considerando sus actitudes afectivas, lo cual no es un trabajo sencillo, otro factor importante a considerar es el mercado debido a que es una

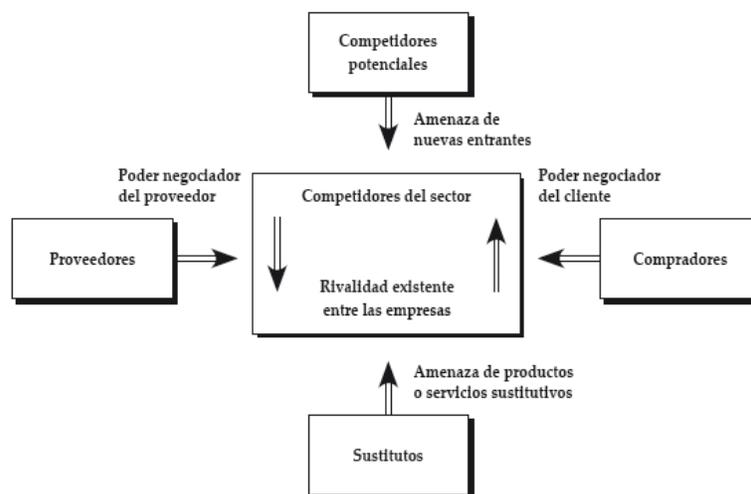
variable independiente y no se posee control sobre ella, es decir ¿cuántos clientes comprarán nuestro producto o adquirirán el servicio?, para dar una respuesta cercana a la realidad es importante el estudio y análisis riguroso del mercado y la competencia.

Resulta aconsejable diseñar el plan de marketing en 3 etapas:

b) Análisis de Mercado y la Competencia:

En esta etapa se pretende familiarizar con el mercado al cual está dirigido la idea de negocio, considerando los puntos fuertes y débiles de los competidores.

Para diseñar una estrategia de marketing eficaz, la empresa ha de saber todo lo posible sobre sus competidores. Debe de comparar constantemente productos, precios, canales y planes de comunicación con los de sus competidores más cercanos, así la empresa puede descubrir áreas de posibles ventajas o desventajas competitivas.⁴⁸



Fuente: <http://www.marketing-xxi.com/analisis-competitivo-17.htm>

⁴⁸ Kotler, Philip., Armstrong, Gary., Marketing (España: Pearson Prentice Hall, 10ª Edición, 2004), P. 597

c) Elección de Mercado Objetivo:

Aquí se define el grupo de clientes cuyas necesidades satisface de mejor manera el producto o servicio y al cual se le ofrece más que la competencia.

Al presentar una idea empresarial, el interés no será de igual manera para todos los clientes, debido a que no todos tienen las mismas necesidades, por lo tanto dentro del mercado global debemos identificar a aquellos a los cuales se les puede llegar con mayor facilidad, es decir a los que más va a beneficiar el producto o servicio y por supuesto que están dispuestos a pagar por ello, a este sector se le puede definir como mercado objetivo.

El plan de negocios debe dar respuesta a cuatro preguntas fundamentales:

- ¿Quiénes serán los clientes o grupo de clientes?
- ¿Qué clientes o grupos de clientes están interesados desde un punto de vista financiero?
- ¿Cómo nos diferenciamos de la competencia para atraer a los clientes?
- ¿Qué cuota de mercado y qué nivel de ventas se esperó conseguir con esos clientes?

d) Determinación de la Estrategia de Mercado:

Esta fase es muy importante porque se define la manera en que los clientes serán abordados, a través del diseño del producto, la fijación de precios, la forma de distribución y la comunicación.

La estrategia de marketing es aquella que define las medidas que se debe emplear para alcanzar las metas que se han establecido en el proyecto de marketing y que tiene como

resultado las ventas, en términos generales estas medidas pueden agruparse en lo que se conoce como las 4 Ps, es decir, Producto, Precio, Plaza, Promoción.⁴⁹

Producto: Se refiere a la combinación de bienes y servicios que ofrece una empresa a su mercado objetivo⁵⁰

La idea del negocio aporta una noción general de las características que debe poseer el producto o servicio, luego de haber realizado un análisis sobre las necesidades del segmento de mercado objetivo, es propicio considerar si el producto satisface realmente y hasta que punto es conveniente una adaptación, esto plantea la necesidad de diversificar a los diversos segmentos del mercado el servicio o producto a ofrecer.

Precio: Es la cantidad de dinero que debe pagar un cliente para obtener el producto.⁵¹

El aspecto más importante en esta variable es la fijación del mismo, es decir como diferenciarlo de los de la competencia, para ello es necesario dar respuesta a las siguientes interrogantes:

- ¿Cuál puede ser el precio del producto?
- ¿Qué estrategia de fijación de precios se utilizará?

El precio dependerá totalmente de cómo valore el cliente la utilidad del producto o servicio, y la estrategia dependerá de cuál sea el objetivo, si desear entrar en el mercado de forma rápida con precios bajos o conseguir las ganancias máximas desde el inicio.

⁴⁹ Ideas 2007. "Manual para la elaboración del plan de negocio" (2207) Disponible en:
http://www.ideas.com.ve/files/Manual_elaboracion_Planes_Negocio.pdf [Consulta 04 Agosto 2009]

⁵⁰ Kotler, Philip., Armstrong, Gary., Marketing (España: Pearson Prentice Hall, 10ª Edición, 2004), P. 62

⁵¹ Ibid.

Plaza: Se refiere a todas las actividades que realiza la empresa para hacer accesible un producto a un público objetivo.⁵²

Dentro de la plaza o posición surge una decisión no menos importante que las anteriores y es la manera en que se le hará llegar el producto o servicio a los clientes, esto conlleva a determinar las vías o canales de distribución más adecuados, para ello se tomará en cuenta la cantidad de clientes potenciales que existen, si son compañías o particulares, así como también la manera en que ellos desean adquirir los productos o servicios, además de considerar la fijación del precio mismo, todo esto conlleva a determinar si será la misma empresa la encargada de distribuir o será necesario la contratación de empresas especializadas.

Promoción: Se refiere a todas las actividades que desarrolla una empresa para comunicar los méritos de sus productos y cuyo fin consiste en persuadir a los clientes para que los compren.⁵³

Los clientes potenciales deben conocer la existencia del producto o servicio antes de que este pueda atraer su interés, en esta etapa se hace necesario los anuncios para llamar su atención, informar, persuadir y construir una confianza en el mismo, es importante explicar a los clientes cuales son las ventajas o el valor agregado sobre la competencia, y sobre todo que satisface sus necesidades, para realizar todo esto se puede considerar la publicidad tradicional: periódicos, revistas, radio, televisión. A través de marketing directo: correspondencia directa a clientes seleccionados, vía telefónica e Internet. Además también se puede recurrir a las relaciones públicas: artículos de prensa sobre el producto o servicio, exposiciones y ferias.

⁵² Ibid.

⁵³ Ibid.

6. Plan de Organización

Como en toda empresa es necesario y de gran utilidad que exista un plan de organización debido a que es importante establecer quienes serán los responsables de ejecutar de manera eficiente el plan de negocios.

El plan de organización hace referencia a la estructura que va a adoptar la compañía para hacer frente a las distintas responsabilidades que se derivan de la operación. Es relevante en este apartado describir detalladamente los principales elementos de los procedimientos administrativos y sus consecuencias económicas.⁵⁴

a) Planificación de Recursos Humanos.

Según Robbins y Coulter (1996) la planificación de recursos humanos es el proceso mediante el cual la gerencia se asegura de que tiene el número y el tipo correcto de personas, en los lugares exactos, en el momento preciso; y que son capaces de completar las tareas que ayuden a la organización a cumplir sus objetivos generales de manera eficaz y eficiente. En otras palabras, la planificación de recursos humanos traduce los objetivos de la organización en términos de los trabajadores necesarios para cumplir esos objetivos.

La planificación de recursos humanos puede resumirse en tres etapas que son evaluación actual, evaluación futura de los recursos humanos, desarrollo de un programa que haga frente a las necesidades futuras de recursos humanos.

⁵⁴ Mi PYMES. emprendedor. Disponible en: <http://www.mipymes.gov.co/emprendedor/newsdetail.asp?id=193&idcompany=44>
[consulta 04 de Agosto de 2009]

Evaluación Actual:

La gerencia empieza por revisar la situación actual de recursos humanos. Generalmente esto se hace mediante la generación de un inventario de recursos humanos. Debido a la disponibilidad de complejos sistemas de información computarizados, no es una tarea muy difícil para la mayor parte de las organizaciones, generar un informe de inventario de recursos humanos.

Evaluación de Puesto:

Aunque el inventario de recursos humanos se ocupa de decir a la gerencia lo que los empleados pueden hacer en lo particular, el análisis de puesto es fundamental. Define los puestos dentro de la organización y los comportamientos necesarios para cubrir estas tareas.

- **Descripción de puestos:** es una declaración escrita de lo que hace el ocupante de un puesto, como se hace y por que se hace.
- **Especificación de puestos:** hace énfasis en la persona. Establece las calificaciones mínimas aceptables que el ocupante de un puesto debe poseer para desempeñar su tarea con éxito.
- **Evaluación Futura:** las necesidades futuras de los recursos humanos las determinan los objetivos y estrategias de la organización. Con base en su estimación de ingresos totales, la gerencia puede tratar de establecer el número y combinación de recursos humanos necesarios para alcanzar estos ingresos.

- **Desarrollo de un programa a futuro:** después de haber evaluado tanto las capacidades actuales como las futuras, la gerencia esta en la posición de poder determinar sus requerimientos y resaltar áreas en las que la organización pudiera tener exceso de personal. Así puede desarrollarse un programa que haga corresponder a lo estimado con lo de disponibilidad de mano de obra futura. De este modo la planificación de recursos humanos no solo proporciona información de guías de necesidades de personal sino que también ofrece proyecciones de necesidades y disponibilidad de recursos humanos futuros.

b) Estructura Organizativa.

Según Robbins y Coulter (1996) la estructura organizativa, una vez que se han determinado las metas, los planes y las estrategias de una organización, los gerentes debe desarrollar una estructura efectiva que facilite su cumplimiento, por lo cual definen dicha estructura como el marco formal o el sistema de comunicación y autoridad de la organización, así como los seres humanos tienen un esqueleto que define su forma, las organizaciones poseen estructuras que definen las suyas.

La estructura de una organización puede describirse como un sistema que contiene tres componentes que son complejidad, formalización, centralización.

Complejidad: se refiere a la cantidad de diferenciación en una organización.

Entre mas sea la división del trabajo en una empresa, mas niveles verticales habrán en la jerarquía y entre mas dispersas estén las unidades de la organización geográficamente, mas difícil o complejo será coordinar a las personas y sus actividades.

Formalización: al grado de que una organización depende de reglas y procedimientos para dirigir el comportamiento de los empleados. Algunas empresas operan con un mínimo de lineamientos y poca formalidad, otras tienen todo tipo de normas y reglamentos para instruir a los empleados sobre lo que pueden hacer y no hacer.

Centralización: describe a donde está la autoridad para la toma de decisiones.

En algunas empresas la toma de decisiones está muy centralizada en los niveles superiores de la gerencia.

c) Socios y Forma Legal

La empresa es un conjunto de recursos organizados por el titular (emprendedor), con el fin de realizar actividades de producción de bienes o intercambio de servicios, que satisfacen las necesidades de un mercado en particular.⁵⁵ Cuando se pretende constituir legalmente una empresa, es importante tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- El número de socios que desean iniciar el negocio.
- La cuantía del capital social (aportaciones por los socios).

⁵⁵ Diana m. González Salazar, Plan de negocios para emprendedores al éxito (México: Editorial McGraw-Hill 2006), p.56

- Las responsabilidades que se requieren frente a terceros.⁵⁶

La constitución de la empresa, entre otras formas, pueden ser como:

1. Persona Física:

Es aquella empresa en la que todas las decisiones relativas al manejo o administración del negocio recaen sobre la persona del dueño.

2. Sociedad Anónima:

Grupo de personas físicas o morales, que se unen para llevar a cabo actividades comerciales y cuya obligación solo se limita al pago de sus acciones.

3. Sociedades de Responsabilidad Limitada:

Organización empresarial, constituida entre socios, los cuales solo están obligados al pago de sus aportaciones, sin que las partes sociales puedan estar representadas por títulos negociables.⁵⁷

Es importante saber tomar en cuenta que el emprendedor, al decir cual será la estructura legal que adoptará, para constituir su pequeña empresa, deberá estar asesorado, preferentemente por un contador o un abogado.

Así mismo , la empresa deberá considerar aspectos laborales a los que la legislación la obliga a ser considerado dentro de la ley ; entre otros, el contrato de trabajo el cual debe tener aspectos como:

⁵⁶ Ibid.

⁵⁷ Ibid.

- Nombre, nacionalidad, edad, sexo, estado civil, y domicilio del trabajador y del patrón.
- Si la relación del trabajo es por obra o tiempo determinado o tiempo indeterminado.
- El servicio o servicios que deban prestarse, lo que se determinara con la mayor precisión posible.
- Lugar o lugares donde debe prestarse el servicio.
- La duración de la jornada, la forma y el monto del salario, así como el día y el lugar de pago del salario.
- Otras condiciones de trabajo, tales como días de descanso, vacaciones y demás que convenga al trabajo o al patrón.

d) Administración de Sueldos y Salarios

La administración de sueldos puede definirse como el conjunto de normas y procedimientos tendientes a establecer o mantener estructuras de salarios equitativas y justas con relación a:

- Los salarios, respecto de los demás cargos de la propia organización, así se busca el equilibrio interno de los salarios.
- Los salarios, respecto de los mismos cargos de otras empresas que actúan en el mercado de trabajo, así se busca el equilibrio externo de los salarios.⁵⁸

El salario representa una de las transacciones más complejas, ya que cuando una persona acepta un cargo, se compromete a una rutina diaria, a un patrón de actividades y a una amplia

⁵⁸ Chiavenato, Idalberto, Administración de Recursos Humanos. Colombia: Mc Graw Hikk, 2000. Pág. 414

gama de relaciones interpersonales dentro de una organización, por lo cual recibe un salario, así a cambio de éste elemento simbólico intercambiable, el hombre es capaz de entregar gran parte de si mismo, de su esfuerzo y de su vida.⁵⁹

7. Plan Financiero.

De acuerdo a la relación que existe en realizar distintos planes dentro de la organización hay uno también importante debido a que: El Plan Financiero es la traducción en números del resto del plan. Recogida la información sobre lo que precisamos para empezar la empresa, la gente que vayamos a contratar, las previsiones de venta que hayamos realizado, etc. es hora, en esta parte del plan, de traducirlo a números para así poder ver la viabilidad del proyecto y cuáles son las previsiones.⁶⁰

a) Proyecciones de Ventas.

Es necesario que en una empresa existan proyecciones una de las más notorias que debe de tomarse muy en cuenta que se deben definir los aumentos del nivel de ventas y los precios.

Muchas veces lo que se requiere es establecer metas razonables que puedan ser alcanzadas por la firma. Siempre existe la tentación de utilizar sofisticados métodos de pronóstico lo cual podría ser contraproducente.

Por ejemplo, si en una situación de recesión se utilizaran datos históricos para pronosticar las ventas, los resultados serían terribles y absurdos. Los métodos de pronóstico tienden a predecir suponiendo que la historia se repite y esto no siempre ocurre. Hay que examinar y estudiar el

⁵⁹ Ibid.

⁶⁰ Mailxmail. Curso de creación de empresas y emprendedores. Disponible en : <http://www.mailxmail.com/curso-creacion-empresas-emprendedores/plan-financiero> [consulta 04 de agosto de 2009]

comportamiento de la economía y de los factores externos que influyen en el comportamiento de la firma. Hay que revisar las proyecciones de cada uno de los vendedores y examinar si son o no realistas.

Sin embargo, en el corto plazo se pueden hacer cálculos basados en cifras históricas. Por ejemplo, si se examina el comportamiento estacional (esto significa que hay épocas del año que tienen picos o valles en el volumen de ventas) de las ventas, con base en esa estacionalidad se puede hacer un buen pronóstico de lo que puede venderse en un año.⁶¹

b) Proyecciones Financieras.

La proyección financiera es una herramienta, que nos permite ver en números el futuro de la empresa. Es necesario demostrar ese éxito de manera tangible, ¿cómo? Las proyecciones financieras ayudan bastante en estos casos. Consiste en pronosticar las ventas, gastos e inversiones de un periodo de tiempo, traducir los resultados esperados en los estados financieros básicos:

- Balance general,
- Estado de resultados
- Flujo de efectivo.

Lo relevante de estas proyecciones financieras es que incluyen los planes de ventas, mercadotecnia, recursos humanos, compras, inversiones, etc. es decir, todo lo necesario para

⁶¹ Sigm poligran educo. Apoyo a la toma de desiones. Disponible en : http://sigma.poligran.edu.co/politecnico/apoyo/Decisiones/curso/negociacion/comprar/Proyecciones_de_ventas.htm [consulta 04 de agosto de 2009]

que el escenario que se plantea pueda realizarse., de esta manera se puede demostrar que la empresa es capaz de:

- Ofrecer una buena rentabilidad a sus dueños.
- Pagar oportunamente los vencimientos de los préstamos.

El horizonte de tiempo que se proyecta puede variar según cada caso. Pueden ser 3, 5 o 10 años, aunque este último es poco creíble. Sin embargo, se recomienda que el primer año de proyección se realice con detalle mensual.⁶²

c) Estados Financieros.

En las organizaciones se utilizan documentos que reflejan los números ya que son conjunto de documentos compuesto por: un balance; una cuenta de resultados; un estado de cambios en el patrimonio neto que muestre todos los cambios habidos en el patrimonio neto o bien los cambios en el patrimonio neto diferentes de los procedentes de las transacciones con los propietarios del mismo, cuando actúen como tales; un estado de flujos de efectivo; y notas, en las que se incluirá un resumen de las políticas contables más significativas y otras notas explicativas.⁶³

⁶² Conocimientos web.net, proyección financiera ,Disponible en:<http://www.conocimientosweb.net/zip/article1467.html> [consulta 04 de agosto de 2009]

⁶³ Iacaxia Diccionario de términos económicos y financieros disponible en : http://portal.lacaixa.es/docs/diccionario/E_es.html#ESTADOS-FINANCIEROS [consulta 04 de agosto de 2009]

- **Flujo de caja proyectado.**

El Flujo de Caja es un informe financiero que muestra los flujos de ingreso y egreso de efectivo que ha obtenido una empresa.

Ejemplos de ingresos de efectivo son el cobro de facturas, cobro de préstamos, cobro de intereses, préstamos obtenidos, cobro de alquileres, etc. Ejemplos de egresos de efectivo son el pago de facturas, pago de impuestos, pago de sueldos, pago de préstamos, pago de intereses, pago de servicios de agua o luz, etc. La diferencia entre los ingresos y los egresos de efectivo se le conoce como saldo, el cual puede ser favorable (cuando los ingresos son mayores que los egresos) o desfavorable (cuando los egresos son mayores que los ingresos).⁶⁴

- **Estado de Pérdidas y Ganancias.**

Siempre en toda organización debe de haber un documento que se refleje si perdimos o ganamos en un periodo determinado.

El estado de pérdidas y ganancias es: Documento contable en el que se resumen todos los resultados de una sociedad a lo largo de un periodo de tiempo, mediante el cual se determina el resultado global de la gestión.⁶⁵

⁶⁴ <http://www.crecenegocios.com/como-elaborar-un-flujo-de-caja/comment-page-4/>

⁶⁵ Lacaxia, Diccionario de términos económicos y financieros disponible en: http://portal.lacaxia.es/docs/diccionario/E_es.html#estado-de-perdidas-y-ganancias. [consulta 04 de agosto de 2009]

- **Balance General.**

Las organizaciones tienen la responsabilidad de elaborar documentos que hablen por sí solos de la situación actual de la empresa entre los cuales tenemos el Balance General :

Es un estado contable de la empresa que refleja su situación patrimonial en un momento dado de tiempo. Tiene dos partidas principales: Activo y Pasivo, cuyo valor debe ser equivalente.⁶⁶

⁶⁶ asur.com, glosario, Disponible en : www.asur.com.mx/asur/espanol/inversionistas/glosario.asp [consulta 04 de agosto de 2009]

CAPITULO II

“DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS DEPORTES EXTREMOS Y TURISMO DE AVENTURA EN EL SALVADOR”

I IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

La ausencia de una empresa destinada a proveer los servicios de turismo de aventura y deportes extremos en El Salvador, hace que la idea de plan de negocios sea necesaria para impulsar el desarrollo turístico y con ello ofrecer a las personas una nueva alternativa de sano esparcimiento, y despertar en ellos el deseo de experimentar emociones fuertes y de alto riesgo, realizando estas prácticas con personal previamente certificadas por el Sistema Nacional de Protección Civil (SINAPROC) que es la única institución gubernamental que proporciona los reconocimientos legales como rescatista profesional, con la cual le otorga a la persona calificada la capacidad de instruir sobre estas actividades (Ver Anexo N° 6), debido a que no existe al momento una ley reguladora en El Salvador que permita ofrecer otra certificación especializada en actividades extremas consideradas como deportes.

II OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

A. OBJETIVO GENERAL

Realizar una investigación sobre la situación actual que permita obtener los elementos necesarios para la formulación de un plan de negocios que contribuya a fortalecer la penetración de las empresas dedicadas al turismo de aventura y deportes extremos en El Salvador.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Realizar un diagnóstico sobre la situación actual del turismo de aventura y deportes extremos en El Salvador.
2. Identificar el mercado meta al cual estarán dirigidos los servicios de las empresas dedicadas al turismo de aventura y deportes extremos con el fin de elaborar las estrategias de mercado más apropiadas para generar interés y aumentar la demanda.
3. Conocer cual es la situación actual interna de la empresa Guanatours en el mercado del turismo nacional, con el fin de obtener insumos importantes para elaborar un plan de negocios atractivo al inversionista y a los consumidores finales.

III MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

A. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método de investigación que será utilizado, es el Método Científico, el cual parte de la realidad y a través de la investigación se trata de dar una explicación y una solución a dicha situación problemática.

El método científico es un conjunto de pasos fijados de antemano por una disciplina con el fin de alcanzar conocimientos válidos mediante instrumentos confiables, este método intenta no solo describir los hechos sino que al mismo tiempo explicarlos⁶⁷

⁶⁷ Wikipedia. "Método Científico". (2009). Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Metodo_cientifico. [Consulta 16 de Septiembre de 2009]

Consecuentemente se aplicará el Método deductivo, ya que inicia con hacer preguntas sobre el problema para llegar a la realidad concreta; es decir, este método parte de lo general a lo particular o específico, de la cual se obtendrá información de la situación actual en la que se encuentra el rubro de los deportes extremos y turismo de aventura, con el fin de realizar el plan de negocios y posteriormente generar la demanda de este tipo de deportes.

B. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación que se llevará a cabo será de tipo exploratoria debido a que el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, que no ha sido abordado antes y del cual se obtiene poca información como lo es el caso de plan de negocios para impulsar los deportes extremos y turismo de aventura.

C. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

En términos generales, los diseños de investigación se clasifican en dos grupos:

- Diseños experimentales (Observación controlada)
- Diseños no experimentales (observación natural)

Para la realización de la investigación sobre la elaboración de un plan de negocios que fortalecerá la penetración en el mercado de deportes extremos y turismo de aventura en El Salvador por parte de Guanatours (Empresa del caso Ilustrativo) se utilizará el diseño no experimental, ya que la investigación se realizará sin manipulación de las variables, ni asignar

aleatoriamente a los participantes, sino que se observará el fenómeno en su ambiente natural, sin intervenir en el desarrollo de los datos observados para posteriormente analizarlos.

D. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Para la recolección de datos se requerirá información que provenga de fuentes primarias y secundarias, las cuales se detallan a continuación:

1. Fuentes Primarias

Las fuentes primarias son todas aquellas de las cuales se obtiene información directa, es decir de donde se origina la información. Es conocida también como información de primera mano o desde el lugar de los hechos.⁶⁸

Las técnicas escogidas para el proceso de recolección de datos son:

a) Observación Directa

La observación directa permitirá obtener información relevante generada en el lugar preciso donde la practica de estos deportes tiene mayor demanda, Se tomó la decisión de visitar los siguientes destinos turísticos para verificar la afluencia de turistas y en especial observar las características y condiciones de los practicantes de esta clase de deportes: La Puerta del Diablo y Lago de Ilopango en San Salvador, Lago Suchitlán en el departamento de Cuscatlán, Chorros de la Calera en Sonsonate, Lago de Coatepeque, y Centro Turístico Apuzunga en Santa Ana,

⁶⁸ César A. Bernal T., Metodología de la investigación para administración y economía (Colombia: Prentice Hall, 2000), p. 171

entre otros, es importante mencionar que no son los únicos destinos, pero si los más demandados por la belleza natural de los turicentros, y por la facilidad de acceder a ellos.

Los resultados de la observación directa permitió recolectar insumos básicos como la identificación de las zonas turísticas más adecuadas para desarrollar turismo de aventura y deportes extremos, conocer la naturaleza de los deportes, determinar los equipos necesarios para brindar la seguridad respectiva al turista, además se observó la capacidad de compra por parte de los clientes y las características físico sociales de los mismos.

b) Encuesta

La encuesta es la técnica de recolección de datos más utilizada. Consiste en formular por escrito preguntas puntuales a las personas cuyas opiniones, experiencias o habilidades, nos interesan.⁶⁹

Los datos obtenidos a través de las encuestas constituyen la materia prima para elaborar el plan de negocios debido a que las opiniones de los turistas es la esencia de la investigación porque permitió identificar las motivaciones internas que conllevan a las personas a practicar deportes extremos y turismo de aventura, así como también a conocer cuales son los factores más importantes que se consideran al momento de practicarlos

El haber realizado las encuestas también permitió segmentar el mercado meta, es decir diseñar un plan de negocios dirigido a aquellos clientes potenciales considerando su edad, condición económica, sexo, y preferencias en cuanto a destinos turísticos más demandados por ellos. (Ver Anexo N° 5 preguntas 1, 4 y 9 respectivamente)

⁶⁹ Blaxter, L., Hughes, C. y Tigh, M.(2000) como se hace uan investigación. Colección de herramientas universitarias. Barcelona: Gedisa

c) Entrevista Estructurada

La entrevista estructurada, es una conversación con una persona especializada en la práctica de deportes extremos y turismo de aventura en el país con el fin de conocer mas detalles como los lugares donde se practica este tipo de deportes, los requerimientos mínimos necesarios que las personas interesadas deben poseer para llevar a cabo dichas actividades, así como también el equipo de protección necesario para garantizar la seguridad de los practicantes este instrumento es una guía de entrevista de preguntas abiertas (Ver anexo N° 7)

La entrevista fue realizada al Sr. Héctor Mauricio Aguilar propietario de Guanatours, cuya información permitió conocer la naturaleza de su empresa, así como también todo lo relacionado al turismo de aventura y deportes extremos en El Salvador, también sus aportes han sido considerados para desarrollar la idea del plan de negocios, ya que es una persona especialista en estas disciplinas debido a su constante capacitación a nivel nacional e internacional (Ver Anexo 8 y 9).

2. Fuentes Secundarias

Las fuentes secundarias son todas aquellas que ofrecen información sobre el tema por investigar, pero que no son la fuente original de los hechos o situaciones, sino que los reverencian.⁷⁰

Las fuentes secundarias a utilizar, para generar parte de la información que sustentara a la investigación la constituyen:

⁷⁰ Roberto Hernández S., Carlos Fernández C., y Pilar Baptista L., Metodología de la investigación (México: McGraw-Hill, 2006) p. 374

- a) Revistas, boletines, tesis orientadas en el área de turismo.
- b) Páginas electrónicas de instituciones gubernamentales como Ministerio de Turismo, (MITUR) Ministerio de Economía (MINEC) y no gubernamentales para extraer las bases y fundamentos del análisis de la población.
- c) Programas nacionales de turismo de El Salvador

E. DETERMINACIÓN DEL UNIVERSO Y LA MUESTRA

1. Determinación del Universo

El universo de estudio para desarrollar la investigación esta conformado por el total de turistas contabilizados oficialmente en el año 2008 por el Ministerio de Turismo, que son 1, 875,004 (Ver anexo N° 10), este número de personas conforman los clientes en potencia a los cuales la empresa Guanatours podría ofrecer los servicios de turismo de aventura y deportes extremos, si los resultados de las encuestas a realizar así lo determinan, por supuesto que para ello se levantará una muestra para conocer el nivel de aceptación por parte de los turistas y la disposición a practicarlos, a partir de ahí se conocerá el mercado objetivo hacia el cual se enfocará los esfuerzos por elaborar un plan de negocios efectivo.

2. Determinación de la Muestra

Para determinar la muestra, considerándose que la población es finita se aplicara el método de muestreo probabilístico ya que con este tipo de muestreo es posible definir previamente la probabilidad de obtener cada una de las muestras de una población determinada. La clase de

muestreo probabilístico a emplear será aleatorio simple el cual consiste en que cada miembro de la población tiene una probabilidad igual e independiente de ser seleccionado como parte de la muestra.

Determinación de los elementos que conforman la formula:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

Z: Margen de confiabilidad del 95% es decir, 1.96 según tabla estadística del área bajo la curva normal

P: Probabilidad de que el plan de negocios desarrolle la práctica de deportes extremos y turismo de aventura en El Salvador.(Éxito)

q: Probabilidad de que el plan de negocios no desarrolle la práctica de los deportes extremos y turismo de aventura en El Salvador. (Fracaso)

E: Margen de error máximo admisible

CALCULO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{Z^2 N P Q}{e^2 (N-1) + Z^2 P Q}$$

Datos:

$$Z = 1.96$$

$$P = 50\%^{71}$$

$$Q = 50\%^{72}$$

⁷¹ Valor asignado debido a que no se realizo prueba piloto.

$$e = 8\%$$

$N = 1,875,004$, Turistas registrados por Ministerio de Turismo en 2008 (Ver anexo 10).

Sustituyendo:

$$n = \frac{(1.96)^2 (1,875,004) (0.50) (0.50)}{(0.08)^2 (1,875,004-1) + (1.96)^2 (0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{(3.8416) (1,875,004)(0.50)(0.50)}{(0.0064) (1,875,003) + (3.8416)(0.50) (0.50)}$$

$$n = \frac{1,875,753.84}{12,000.02 + 0.9604}$$

$$n = \frac{1,800,753.84}{12,000.98}$$

$n = 150.4 = \mathbf{150}$ tamaño de la muestra (Turistas a encuestar)

3. Procedimiento utilizado en la Investigación

Para desarrollar el proceso de la investigación se evaluaron algunos aspectos importantes con el objetivo de obtener los datos con la mayor precisión posible, para ello se entrevistó al Sr. Héctor Mauricio Aguilar (Propietario de Guanatours) para conocer de primera mano las impresiones de una persona especialista en el tema, luego se acordó establecer una calendarización basada en 2 fines de semana, que consistieron en visitar personalmente las zonas turísticas donde se practican deportes extremos y donde tiene presencia Guanatours, para realizar la observación directa, esto como primer paso, posteriormente se elaboraron las herramientas de recolección de datos, y se establecieron 3 fines de semanas más para recorrer de nuevo con Guanatours algunos destinos turísticos en El Salvador para recolectar información de las personas que frecuentan estos lugares y definir así el nivel de conocimiento y aceptación que las personas poseen acerca de los deportes extremos

a) Procedimiento de la Investigación de campo.

En los 3 fines de semana destinados a la investigación de campo se visitaron los siguientes lugares turísticos: Puerta del Diablo y Lago de Ilopango en San Salvador, Lago de Suchitlán en el departamento de Cuscatlán, Turicentro de Apuzunga y Lago de Coatepeque en Santa Ana, Chorros de la Calera en el departamento de Sonsonate, en dichos lugares se realizaron las encuestas respectivas a las personas en calidad de turistas.

b) Procedimiento para la Tabulación y Análisis de datos

La herramienta estadística utilizada para la tabulación de datos ha sido el Paquete Estadístico para Ciencias Sociales, con sus siglas en inglés SPSS, debido a la facilidad de procesamiento de la información, posteriormente se realizó el análisis de los resultados obtenidos y observados en las gráficas respectivas.

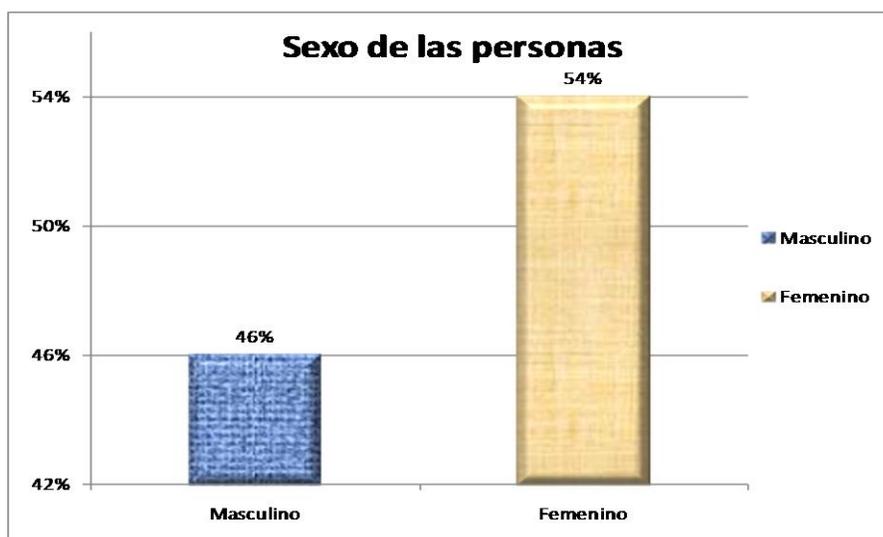
IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS A TRAVÉS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A LOS TURISTAS.

A. TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Pregunta N° 1 Sexo

Objetivo: Determinar el sexo de la persona entrevistada.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	69	46.0
Femenino	81	54.0
Total	150	100.0

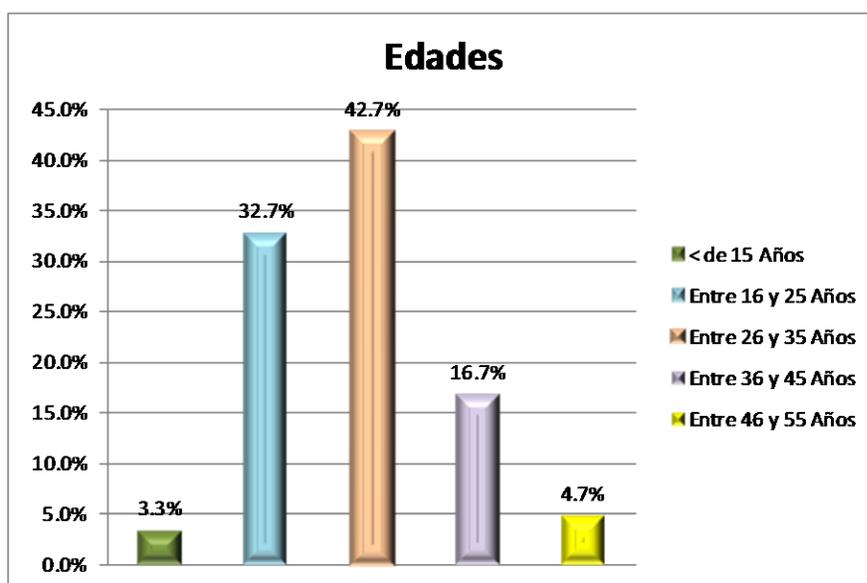


De acuerdo a los resultados obtenidos un 46% de los entrevistados son del género masculino, mientras que un 54% son del género femenino.

Pregunta N° 2 Edad

Objetivo: Identificar la edad de las personas tomadas en cuenta en el estudio realizado.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
< de 15 Años	5	3.3%
Entre 16 y 25 Años	49	32.7%
Entre 26 y 35 Años	64	42.7%
Entre 36 y 45 Años	25	16.7%
Entre 46 y 55 Años	7	4.7%
Total	150	100.00%

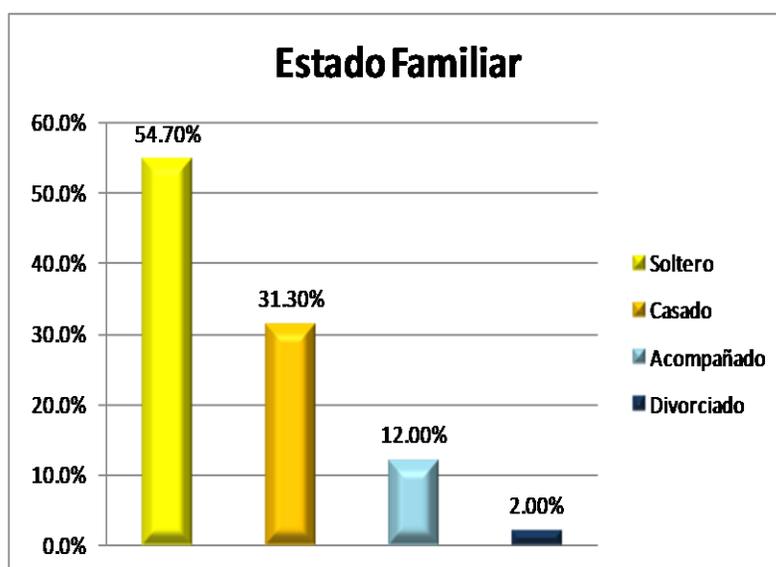


De acuerdo a los resultados obtenidos solamente el 3.3% de entrevistados representan turistas menores de 15 años, entre los 16 y 25 años el porcentaje de entrevistados es del 32.7%, un 42.7% representa los turistas entre los 26 y 35 años de edad, un 16.7% corresponde a personas entre 36 y 45 años, y finalmente un 4.7% representa a personas entre 46 y 55 años de edad.

Pregunta N° 3 Estado Familiar

Objetivo: Determinar el estado familiar de las personas consideradas en el estudio

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Soltero	82	54.70%
Casado	47	31.30%
Acompañado	18	12.00%
Divorciado	3	2.00%
Total	150	100.00%

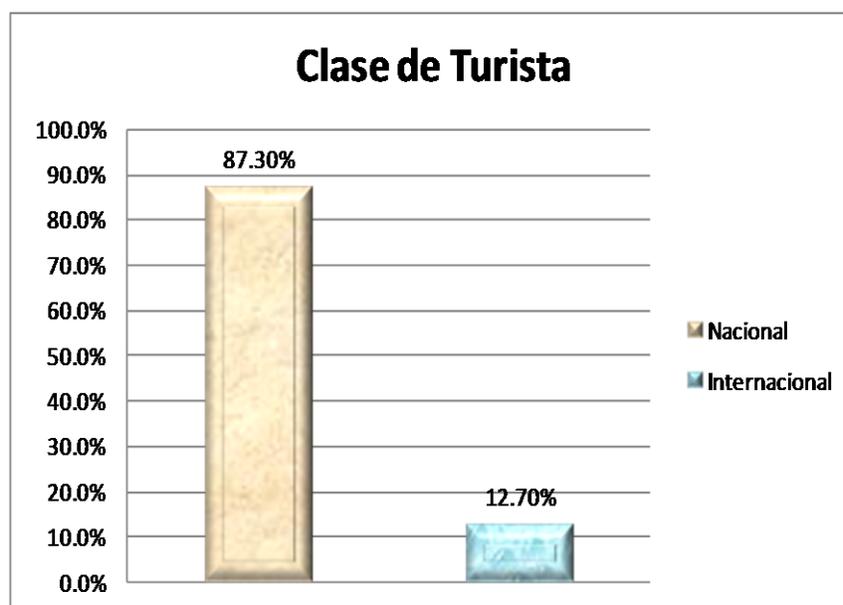


El estado familiar de las personas entrevistadas se distribuye de la siguiente manera, 54.7% corresponde a personas solteras, un 31.3% son personas que se encuentran casadas, un 12% afirmó estar acompañados, mientras que solo un 2% se encuentran divorciados.

Pregunta N° 4 Clase de Turista

Objetivo: Determinar si la persona entrevistada es turista nacional o internacional

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Nacional	131	87.30%
Internacional	19	12.70%
Total	150	100.00%

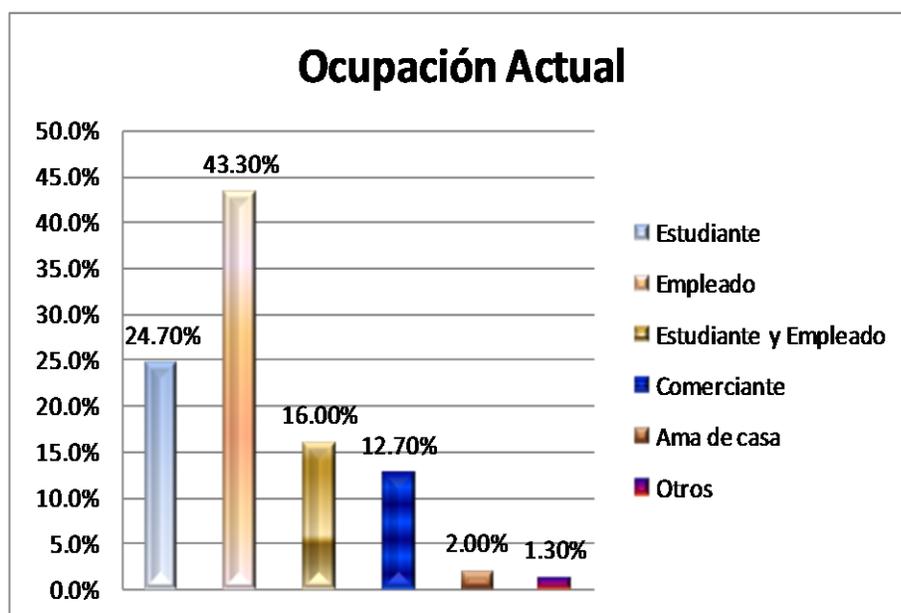


Según los datos obtenidos el 87.3% de los encuestados corresponde a turistas nacionales, mientras que un 12.7% representa a turistas internacionales.

Pregunta N° 5 Ocupación actual

Objetivo: Verificar la ocupación actual de los encuestados.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	37	24.70%
Empleado	65	43.30%
Estudiante y Empleado	24	16.00%
Comerciante	19	12.70%
Ama de casa	3	2.00%
Otros	2	1.30%
Total	150	100.00%

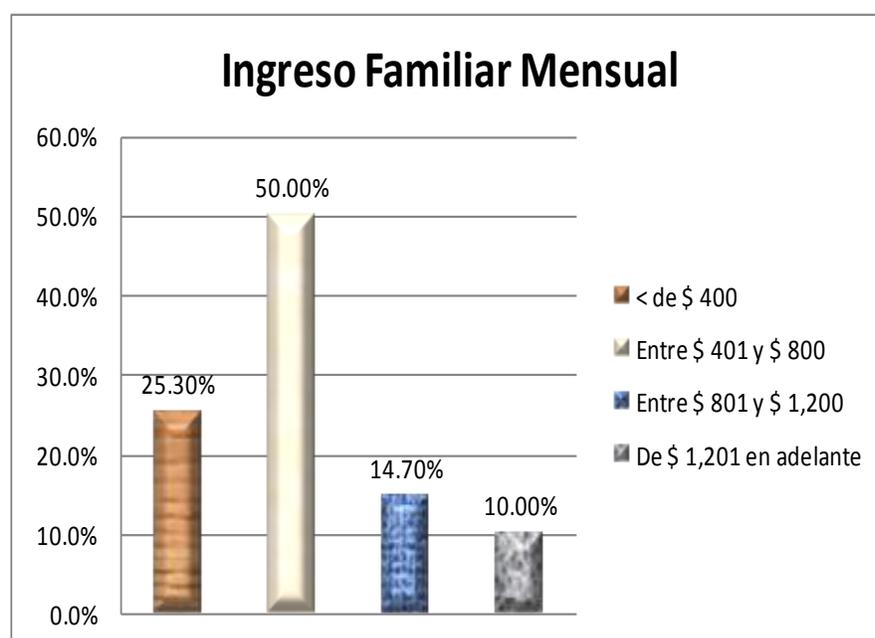


Según los datos obtenidos un 24.7% son personas estudiantes, un 43.3% son personas empleadas, otro 16% corresponde a personas que son estudiantes y empleados, un 12.7% son personas dedicadas al comercio, un 2% son mujeres amas de casa y finalmente un 1.3% son turistas dedicadas a otras actividades.

Pregunta N° 6 Ingreso promedio familiar mensual

Objetivo: Conocer cual es el rango de los ingresos mensuales por familia de los turistas entrevistados

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
< de \$ 400	38	25.30%
Entre \$ 401 y \$ 800	75	50.00%
Entre \$ 801 y \$ 1,200	22	14.70%
De \$ 1,201 en adelante	15	10.00%
Total	150	100.00%



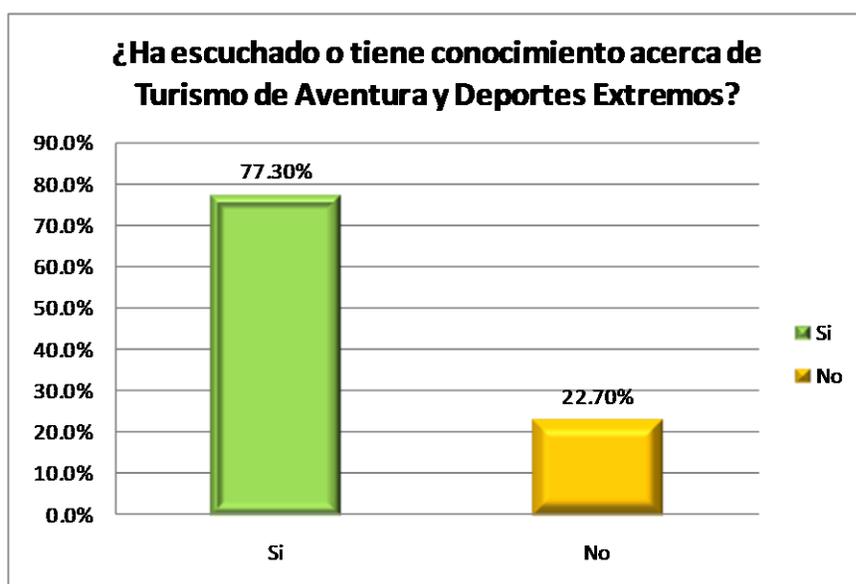
De acuerdo a los datos obtenidos el 25.3% son turistas con ingresos menores a \$400 mensuales, el 50% corresponde a personas con ingresos entre \$401 y \$800, otro 14.7% afirman obtener un ingreso entre el rango de \$801 y \$1200 por mes, y finalmente solo un 10% aseguran que sus ingresos familiares son iguales o mayores a \$1201 por mes.

Pregunta N° 7

¿Ha escuchado o tiene conocimiento acerca de lo que es turismo de aventura y deportes extremos practicados en lugares abiertos en contacto con la naturaleza?

Objetivo: Verificar si los entrevistados tienen conocimiento acerca de lo que es turismo de aventura y deportes extremos.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	116	77.30%
No	34	22.70%
Total	150	10.00%



Del total de encuestados el 77.3% admite saber o tener conocimiento acerca de lo que es turismo de aventura y deportes extremos en El Salvador, mientras el 22.7% reconoce no tener conocimiento al respecto.

Pregunta N° 8

Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa, a través de que medio los ha escuchado o visto con mayor frecuencia, si su respuesta es negativa, favor marcar la opción n° 7.

Objetivo: Determinar por que medio de comunicación han visto o escuchado acerca de los deportes extremos y turismo de aventura los encuestados.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Radio	13	8.70%
Boletines	1	0.07%
Prensa escrita	2	1.30%
Televisión	62	41.30%
Observación directa	29	19.30%
Otros	9	6.00%
No contesta	34	22.70%
Total	150	100.00%



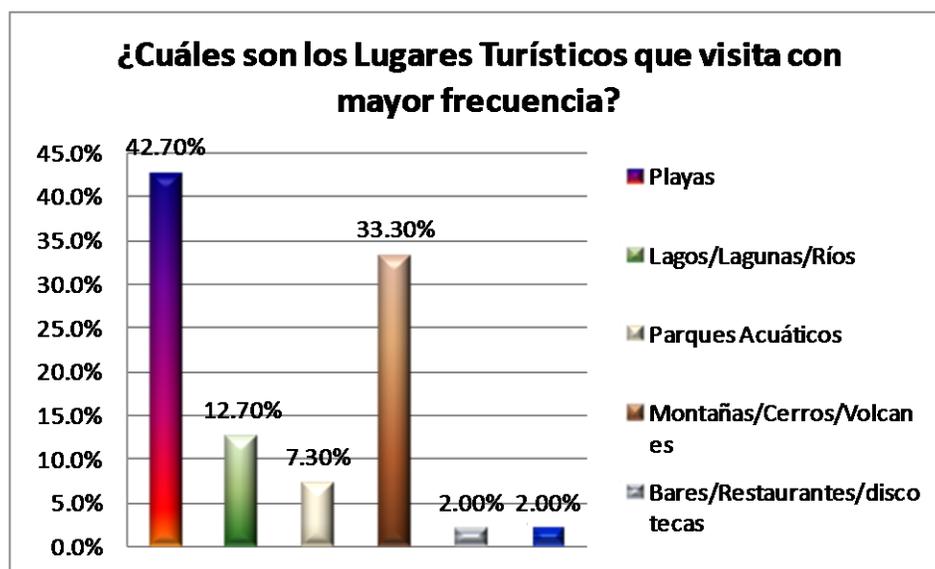
Según los datos obtenidos un 8.7% de personas afirman haber escuchado por radio acerca de turismo de aventura y deportes extremos, un 0.7% se informó a través de boletines, un 1.3% lo ha visto en prensa escrita, el 41.3% lo han visto con mayor frecuencia por televisión, otro 19.3% lo han visto de manera personal, un 6% a través de otros medios como lo son amistades, y el 22.7% restante corresponde a personas que no tienen conocimiento del tema y por lo tanto no responden.

Pregunta N° 9

¿Qué tipo de lugares turístico visita con mayor frecuencia en El Salvador?

Objetivo: conocer las preferencias de los entrevistados entre los lugares turísticos que acostumbran a visitar.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Playas	64	42.70%
Lagos/Lagunas/Ríos	19	12.70%
Parques Acuáticos	11	7.30%
Montañas/Cerros/Volcanes	50	33.30%
Bares/Restaurantes/discotecas	3	2.00%
Otros	3	2.00%
Total	150	100.00%



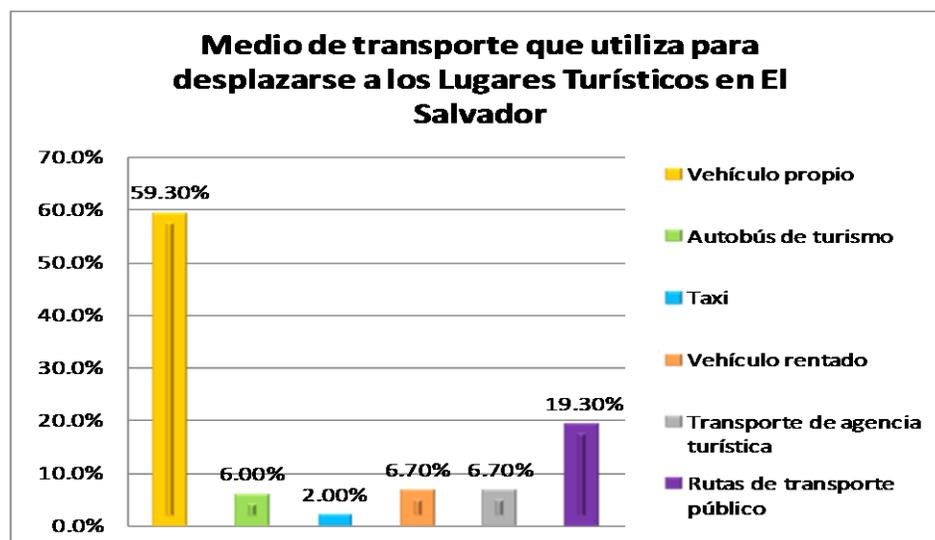
De acuerdo a los datos obtenidos el 42.7% de los encuestados prefieren visitar las playas de El Salvador, el 12.7% disfrutan más los lagos, lagunas y ríos para hacer turismo, un 7.3% prefieren los parques acuáticos, el 33.3% disfrutan visitar los cerros, volcanes y montañas, un 2% aseguran visitar con mayor frecuencia los bares, restaurantes y discotecas en El Salvador y finalmente el 2% visitan otros lugares turísticos.

Pregunta N° 10

¿Qué tipo de medio de transporte utiliza con mayor frecuencia para desplazarse a las diversas zonas turísticas en El Salvador?

Objetivo: Verificar cuales son medio de trasporte que utilizan las personas entrevistadas para desplazarse a los lugares turísticos.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Vehículo propio	89	59.30%
Autobús de turismo	9	6.00%
Taxi	3	2.00%
Vehículo rentado	10	6.70%
Transporte de agencia turística	10	6.70%
Rutas de transporte público	29	19.30%
Total	150	100.00%



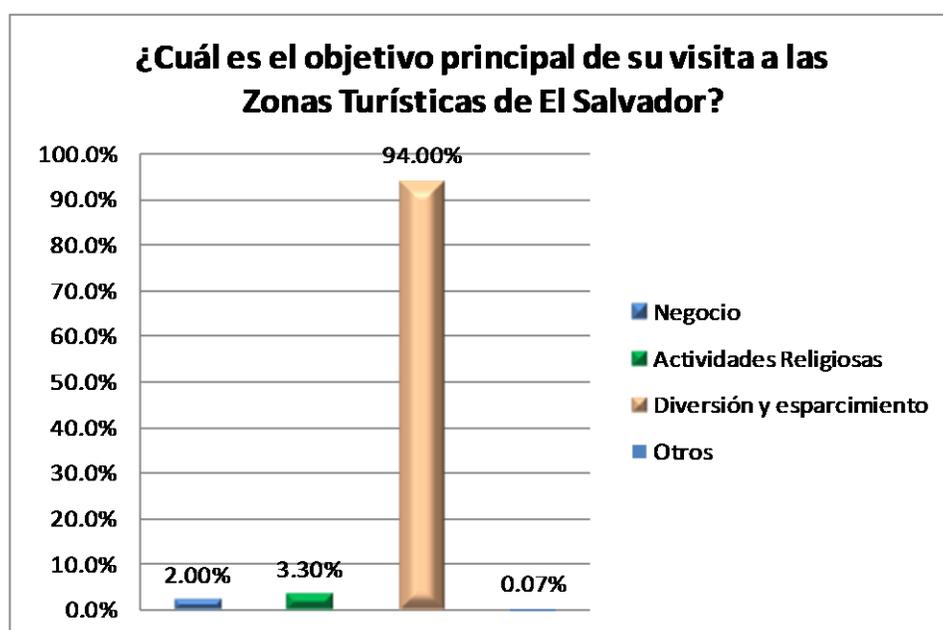
El 59.3% de los encuestados aseguran que cuando deciden hacer turismo utilizan vehículo propio para desplazarse hacia su destino, el 6% lo hace a través de autobuses de turismo, solamente un 2% lo hacen utilizando los servicios de taxi, un 6.7% rentan vehículo en agencia, otro 6.7% utilizan transporte de agencia turística y finalmente el 19.3% utilizan autobuses de transporte público.

Pregunta N° 11

¿Cuál es el objetivo de su visita a las zonas turísticas de El Salvador?

Objetivo: Conocer cual la razón principal que motiva a los entrevistados para decidir realizar turismo

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Negocio	3	2.00%
Actividades Religiosas	5	3.30%
Diversión y esparcimiento	141	94.00%
Otros	1	0.07%
Total	150	100.00%



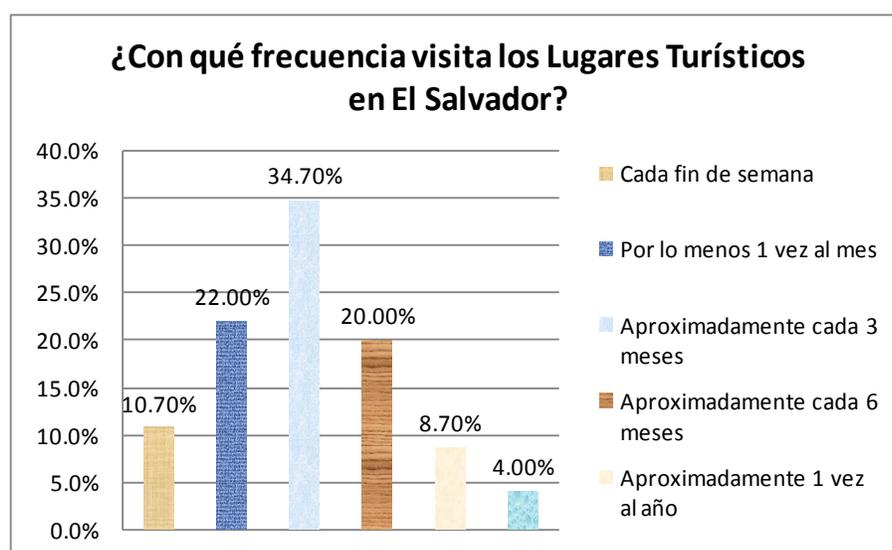
Del total de encuestados el 2% afirman que el objetivo de su visita a algún lugar turístico es por motivos de negocio, un 3.3% lo hacen por actividades religiosas, y finalmente el 94% deciden hacer turismo por diversión y esparcimiento.

Pregunta N° 12

Aproximadamente ¿con qué frecuencia visita algunos de los lugares turísticos en El Salvador?

Objetivo: Obtener conocimiento en cuanto a la frecuencia de visitas de los entrevistados a los lugares turísticos.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Cada fin de semana	16	10.70%
Por lo menos 1 vez al mes	33	22.00%
Aproximadamente cada 3 meses	52	34.70%
Aproximadamente cada 6 meses	30	20.00%
Aproximadamente 1 vez al año	13	8.70%
Es la primera vez	6	4.00%
	150	100.00%



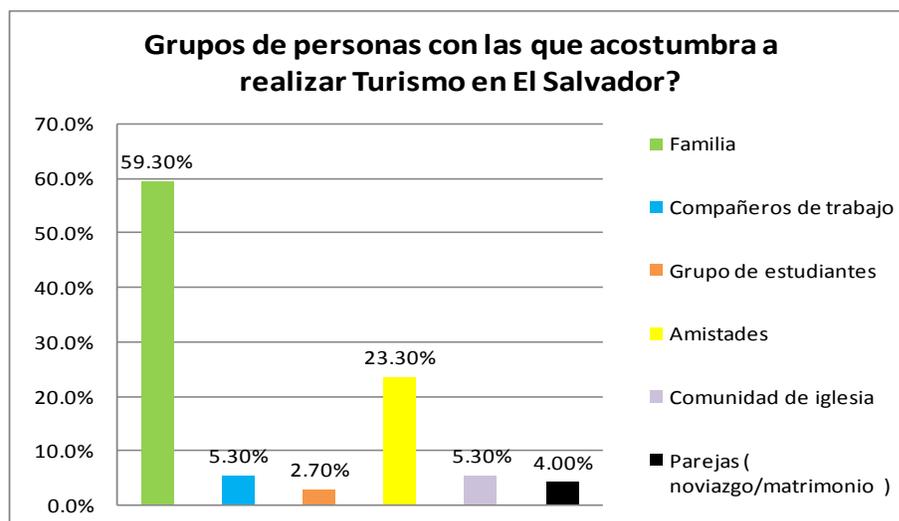
Según los datos obtenidos el 10.7% de personas acostumbran a hacer turismo cada fin de semana, el 22% lo hacen por lo menos una vez al mes, el 34.7% lo hacen aproximadamente cada 3 meses, un 20% aseguran hacer turismo aproximadamente cada 6 meses, el 8.7% solamente lo hacen una vez por año, y finalmente el 4% aseguraron que es la primera vez que hacen turismo en El Salvador.

Pregunta N° 13

¿Con qué grupo de personas acostumbra a realizar actividades de esparcimiento con mayor frecuencia en algunos de los lugares turísticos en El Salvador?

Objetivo: Conocer con que grupo de personas acostumbran a visitar los lugares turísticos las personas entrevistadas

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Familia	89	59.30%
Compañeros de trabajo	8	5.30%
Grupo de estudiantes	4	2.70%
Amistades	35	23.30%
Comunidad de iglesia	8	5.30%
Parejas (noviazgo/matrimonio)	6	4.00%
Total	150	100.00%



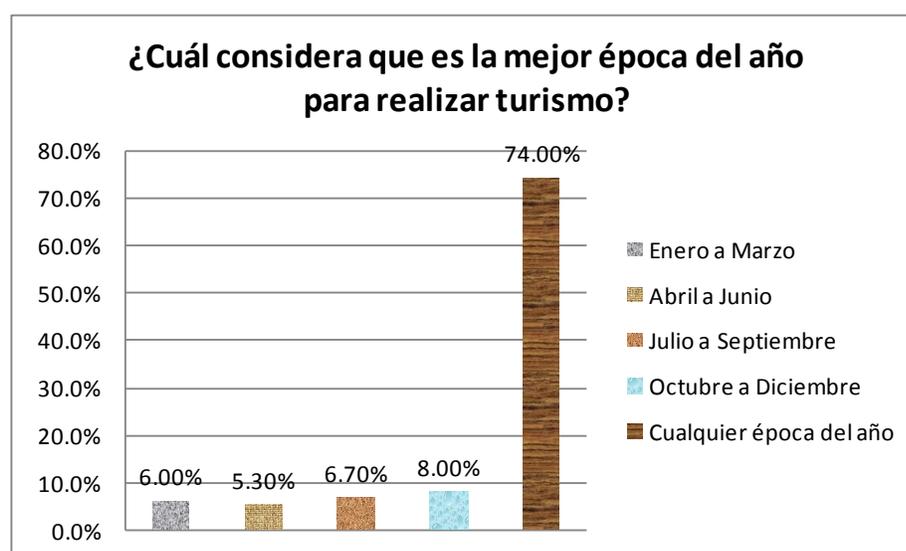
Un total de 59.3% de las personas encuestada disfrutan hacer turismo en familia, un 5.3% lo acostumbran a hacer con compañeros de trabajo, un 2.7% lo hacen en grupos de estudiantes, mientras que 23.3% prefieren salir y disfrutar con amistades, un 5.3% de los encuestados salen en comunidades de iglesias y finalmente solo el 4% lo hacen en parejas, sean estos matrimonios o noviazgo.

Pregunta N° 14

¿Cuál considera que es la época del año más adecuada para hacer turismo?

Objetivo: Conocer cual es la mejor época del año en que los entrevistados prefieren visitar los diversos destinos turísticos en El Salvador.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Enero a Marzo	9	6.00%
Abril a Junio	8	5.30%
Julio a Septiembre	10	6.70%
Octubre a Diciembre	12	8.00%
Cualquier época del año	111	74.00%
Total	150	100.00%



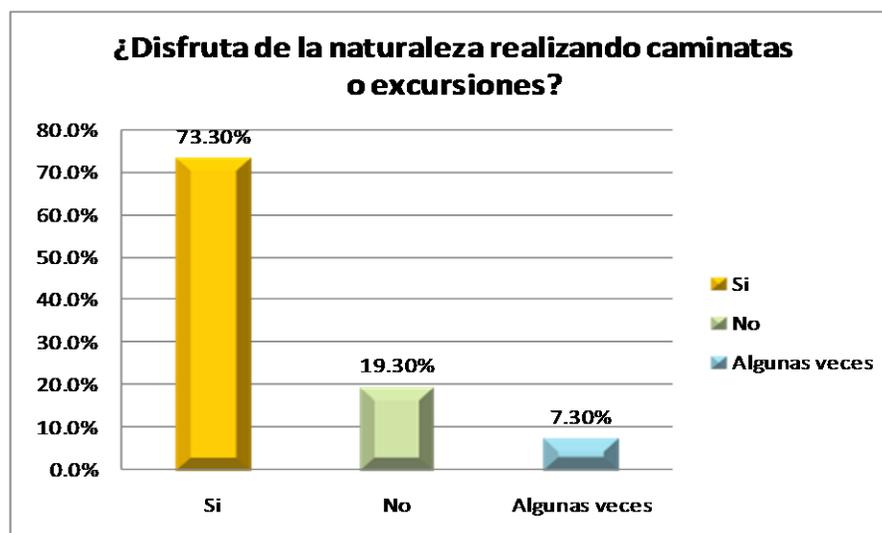
De acuerdo a los datos obtenidos el 6% de los turistas encuestados aseguran que la mejor temporada para hacer turismo es en el primer trimestre del año, un 5.3% afirman que el segundo trimestre es el mejor, un 6.7% lo hacen con mayor frecuencia en el tercer trimestre del año, el 8% aseguran que el último trimestre de cada año es mejor para hacer turismo, y finalmente un 74% de personas encuestadas les es indiferente la época, para ellos cualquier temporada es apropiada para hacer turismo.

Pregunta N° 15

¿Es usted de las personas que disfruta de la naturaleza realizando caminatas o excursiones en montañas, bosques, cerros y/o volcanes en El Salvador?

Objetivo: Conocer el porcentaje de encuestados que disfruta de la naturaleza realizando caminatas y excursiones en contacto con la naturaleza.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	110	73.30%
No	29	19.30%
Algunas veces	11	7.30%
Total	150	100.00%



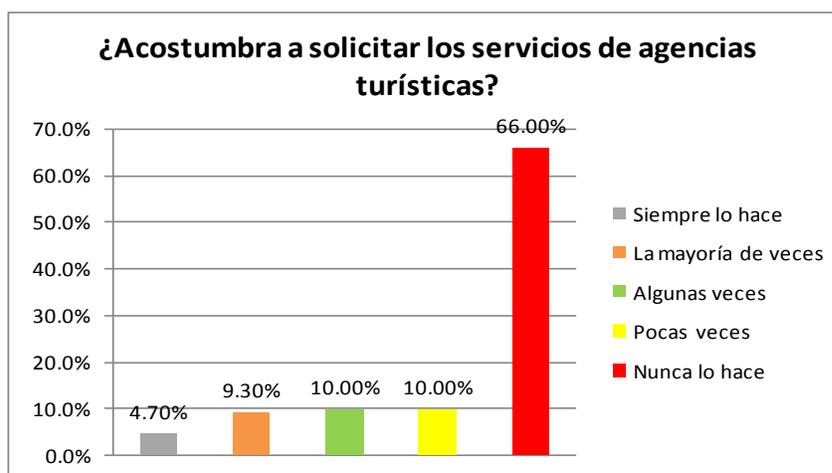
Del total de los encuestados el 73.3% aseguran disfrutar de actividades recreativas en contacto con la naturaleza como lo son caminatas o excursiones, mientras un 19.30 % no disfrutan esta clase de turismo, y un 7.3% afirman disfrutarlo en algunas ocasiones.

Pregunta N° 16

¿Acostumbra a solicitar los servicios de alguna agencia turística cuando decide hacer turismo?

Objetivo: Conocer con que frecuencia los entrevistados buscan los servicios de agencias de turísticas cuando deciden hacer turismo.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Siempre lo hace	7	4.70%
La mayoría de veces	14	9.30%
Algunas veces	15	10.00%
Pocas veces	15	10.00%
Nunca lo hace	99	66.00%
Total	150	100.00%



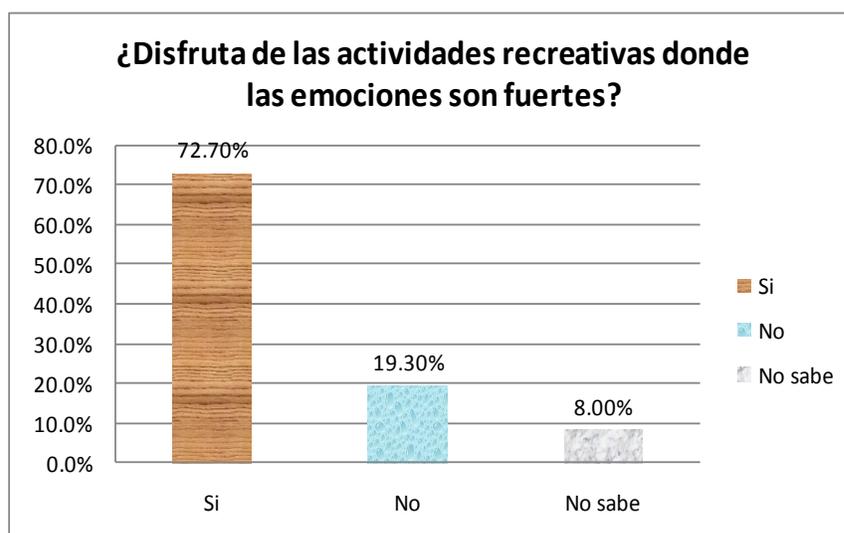
Según los datos obtenidos el 4.7% de encuestados siempre solicita agencias para hacer turismo ,un 9.3% lo hace la mayoría de ocasiones, un 10% afirma que solo lo hacen algunas veces, otro 10% pocas veces solicita servicios de agencia turística y el 66% de turistas nunca lo hace, siempre es a través de sus propios medios.

Pregunta N° 17

¿Disfruta de las actividades recreativas donde las emociones fuertes y el alto nivel de adrenalina experimentada es la principal atracción?

Objetivo: Conocer el porcentaje de la población estudiada que disfruta de las emociones fuertes, acompañados por un alto nivel de adrenalina en las diversas actividades de esparcimiento.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	109	72.70%
No	29	19.30%
No sabe	12	8.00%
Total	150	100.00%



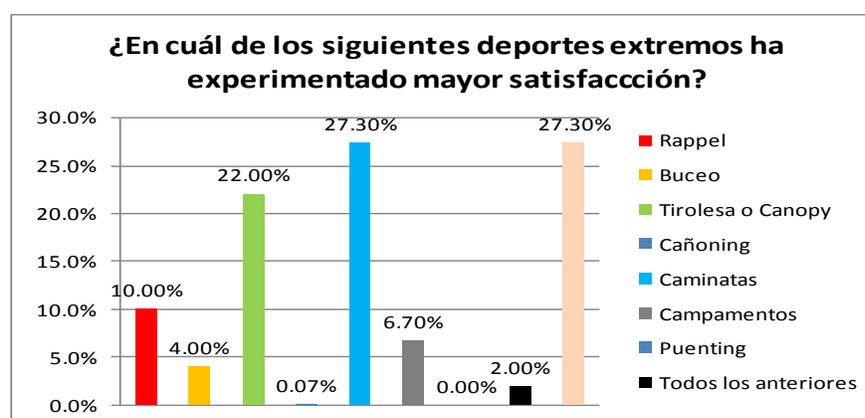
Un total de 72.7% de los turistas encuestados afirman que disfrutan de actividades recreativas con un alto grado de adrenalina y donde las emociones son fuertes, un 19.3% considera o contrario y no les agrada experimentar nuevas atracciones, y finalmente el 8% admite no saberlo.

Pregunta N° 18

Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa favor contestar en cuál de los siguientes deportes extremos ha experimentado mayor satisfacción al momento de practicarlo, y si su respuesta es negativa, favor marcar la opción n° 9.

Objetivo: obtener conocimiento acerca de los deportes que mas causan satisfacción al participante.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Rappel	15	10.00%
Buceo	6	4.00%
Tirolesa o Canopy	33	22.00%
Cañoning	1	0.07%
Caminatas	41	27.30%
Campamentos	10	6.70%
Puenting	0	0.00%
Todos los anteriores	3	2.00%
No contesta	41	27.30%
Total	150	100.00%



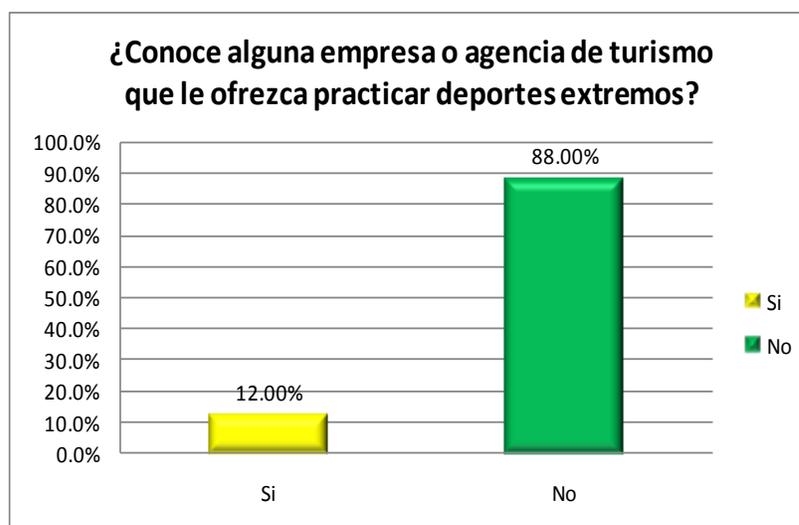
Del total de encuestados el 10% ha practicado y disfrutado más el rappel, un 4% el buceo, el 22% ha disfrutado tirolesa, un 0.7% el cañoning, un 27.3% las caminatas, un 6.7% los campamentos, un 2% los ha practicado todos y un 27.3% corresponde a los turistas que no disfrutan de las emociones fuertes, por lo tanto no responden.

Pregunta N° 19

¿Conoce de alguna empresa o agencia de turismo que le ofrezca practicar el turismo de aventura y algunos de los deportes extremos mencionados en la pregunta anterior?

Objetivo: determinar si los entrevistados tienen conocimiento acerca de empresas que se dedican al turismo de aventura y deportes extremos

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	18	12.00%
No	132	88.00%
Total	150	100.00%



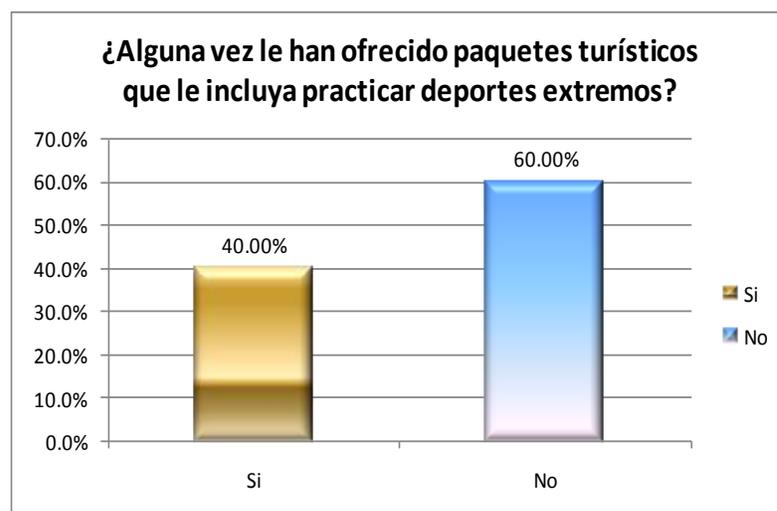
Según los datos obtenidos el 12% de los turistas encuestados aseguran conocer alguna empresa en El Salvador que se dedique a la práctica de esta clase de deportes extremos, mientras un 88% afirman no conocer ninguna empresa o agencia turística que ofrezca estos servicios.

Pregunta N° 20

¿Alguna vez le han ofrecido paquetes turísticos que incluya visitas a zonas recreativas, y que cuente con la posibilidad de practicar estos deportes extremos?

Objetivo: Conocer si a los entrevistados en alguna ocasión les han ofrecido paquetes turísticos que cuenten con la posibilidad de practicar deportes extremos en El Salvador.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	60	40.00%
No	90	60.00%
Total	150	100.00%



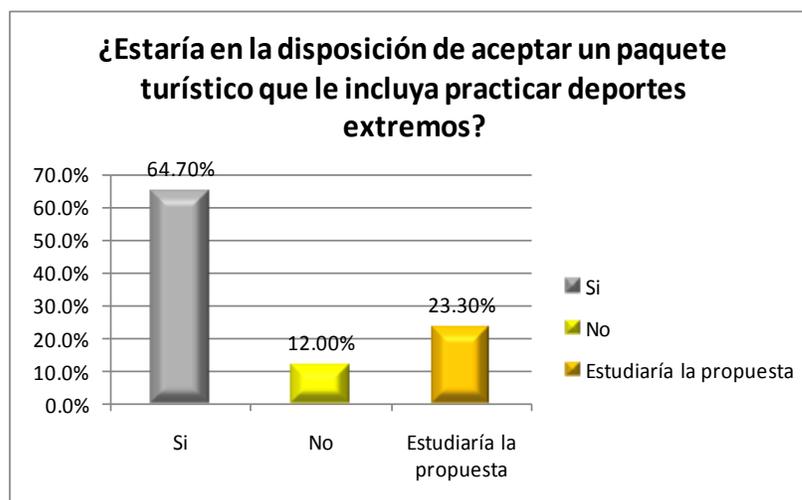
Según los datos obtenidos el 40% de los turistas encuestados afirman que ya se les ha ofrecido paquetes turísticos donde puedan practicar deportes extremos, mientras un 60% afirman no haber recibido alguna propuesta de esta clase.

Pregunta N° 21

¿Estaría en la disponibilidad de aceptar un paquete que le ofrezca no solamente el viaje al destino turístico de su elección, sino que además le incluya la práctica de algunos de los deportes extremos?

Objetivo: Conocer si las personas están interesadas en adquirir paquetes turísticos que incluyan la practica de deportes extremos.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	97	64.70%
No	18	12.00%
Estudiaría la propuesta	35	23.30%
Total	150	100.00%



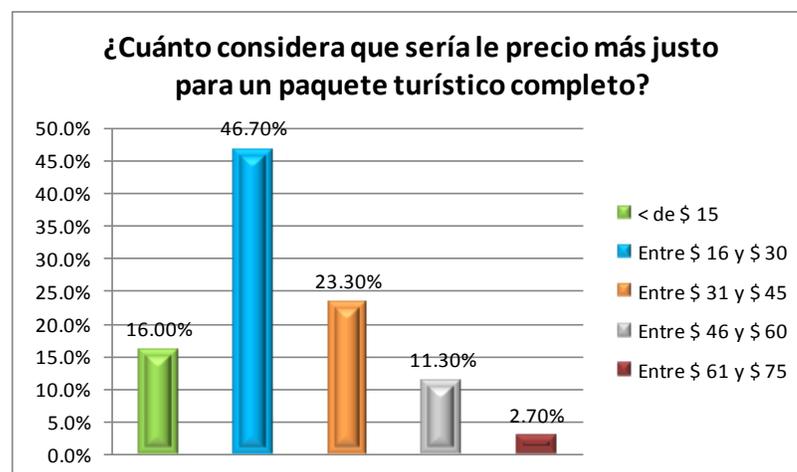
Del total de encuestados el 64.7% estaría en la disposición de aceptar un paquete que le incluya el destino turístico y además la práctica de deportes extremos, un 12% no aceptaría la propuesta, mientras que un 23.3% estudiaría con más detalle la oferta propuesta.

Pregunta N° 22

¿Cuánto considera que sería el precio más justo por día para un viaje que le incluya transporte al destino turístico, alimentación, estadía y la utilización de los equipos para practicar deportes extremos?

Objetivo: Determinar cual sería el rango económico más atractivo para los turistas al momento de adquirir un paquete turístico.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
< de \$ 15	24	16.00%
Entre \$ 16 y \$ 30	70	46.70%
Entre \$ 31 y \$ 45	35	23.30%
Entre \$ 46 y \$ 60	17	11.30%
Entre \$ 61 y \$ 75	4	2.70%
Total	150	100.00%



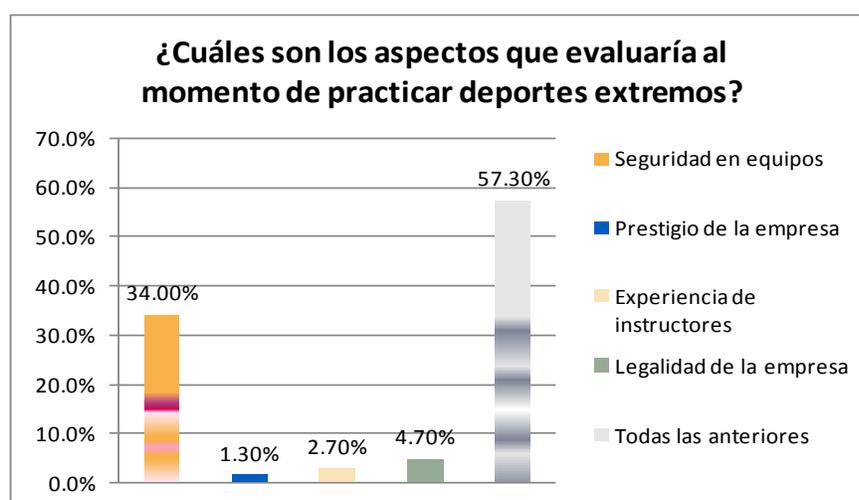
Del total de datos obtenidos el 16% de los encuestados considera que el precio justo por persona y por día para un paquete completo sería menor o igual a \$15, un 46.7% evalúa el precio correcto entre \$16 y \$30, para 23.3% el precio estaría bien entre \$31 y \$45, un 11.3% considera entre \$46 y \$60, y finalmente un 2.7% estaría en la disposición de cancelar entre \$61 y \$75 por día.

Pregunta N° 23

¿Qué aspectos evaluaría al momento de practicar los deportes extremos?

Objetivo: Identificar que aspectos toman en cuenta las personas al momento de practicar deportes extremos.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Seguridad en equipos	51	34.00%
Prestigio de la empresa	2	1.30%
Experiencia de instructores	4	2.70%
Legalidad de la empresa	7	4.70%
Todas las anteriores	86	57.30%
Total	150	100.00%



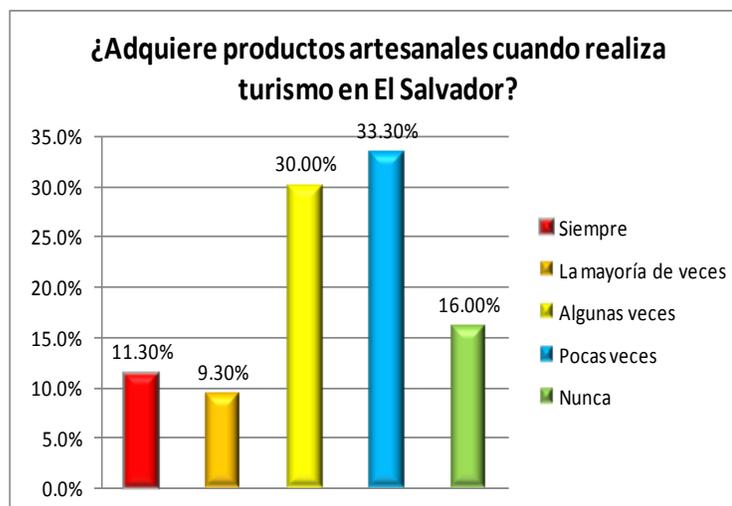
Según los datos obtenidos para las personas que estarían dispuestos a practicar deportes extremos el 34% evaluaría la seguridad en los equipos a utilizar, el 1.3% el prestigio que la empresa tenga en el mercado, el 2.7% consideraría la experiencia en los instructores, un 4.7% considera que la legalidad de la empresa sería lo más importante, y un 57.3% considera que todas las opciones anteriores en su conjunto determinaría su decisión.

Pregunta N° 24

Cuando tiene la oportunidad de hacer turismo, ¿adquiere algún tipo de productos artesanales de la zona visitada?

Objetivo: Verificar si las personas en calidad de turistas adquieren algún producto artesanal en los destinos turísticos visitados

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	17	11.30%
La mayoría de veces	14	9.30%
Algunas veces	45	30.00%
Pocas veces	50	33.30%
Nunca	24	16.00%
Total	150	100.00%



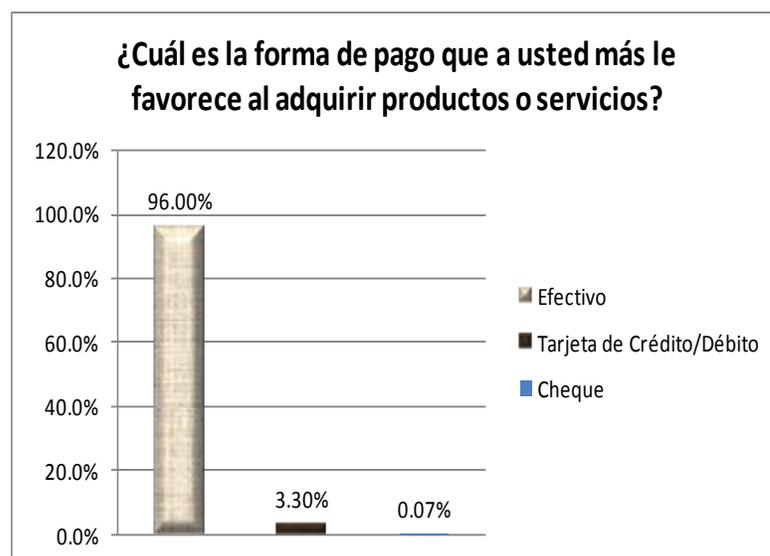
Un total de 11.3% de los turistas encuestados afirman que siempre adquieren algún tipo de recuerdo o producto artesanal de los lugares visitados, un 9.3% aseguran que lo hacen la mayoría de veces, un 30% algunas veces lo hacen, un 33.3% pocas veces adquieren productos artesanales, y finalmente un 16% asegura que nunca lo hace.

Pregunta N° 25

Al consumir productos o servicios en algún lugar turístico, ¿cuál es la manera de pago que a usted más le favorece realizar?

Objetivo: Conocer cual es la forma de pago más conveniente para los turistas al momento de consumir algún producto o adquirir algún servicio en los lugares visitados

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Efectivo	144	96.00%
Tarjeta de Crédito/Débito	5	3.30%
Cheque	1	0.07%
Total	150	100.00%



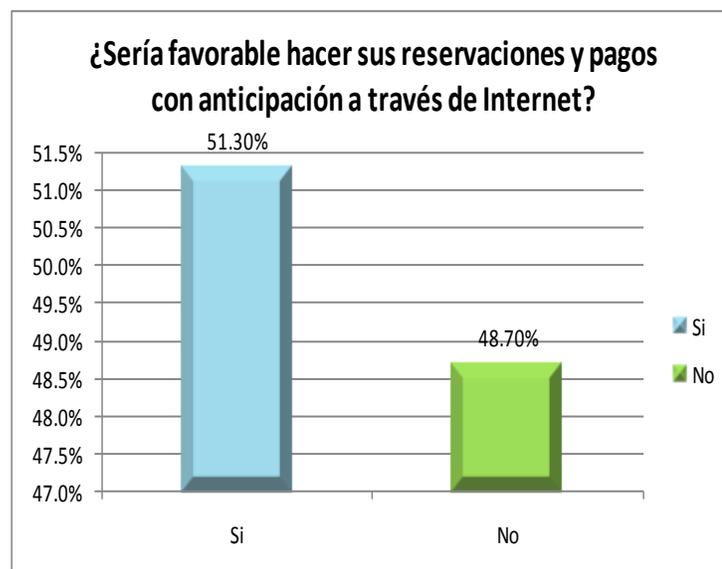
Según los datos obtenidos un 96% de los encuestados aseguran que la forma de pago en los lugares turísticos más favorables para ellos, es siempre el efectivo, un 3.3% les favorece cancelar a través de tarjeta de crédito o débito, y solo un 0.7% preferiría hacer sus pagos con cheques.

Pregunta N° 26

¿Sería favorable hacer sus reservaciones y pagos con anticipación, al momento de dirigirse a un destino turístico en El Salvador y realizar dicha transacción a través de internet?

Objetivo: Conocer el porcentaje de entrevistados que les sería más favorable realizar reservaciones con anticipación, y cancelar dichos servicios a través de Internet, antes de desplazarse a algún destino turístico en El Salvador.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	77	51.30%
No	73	48.70%
Total	150	10.00%



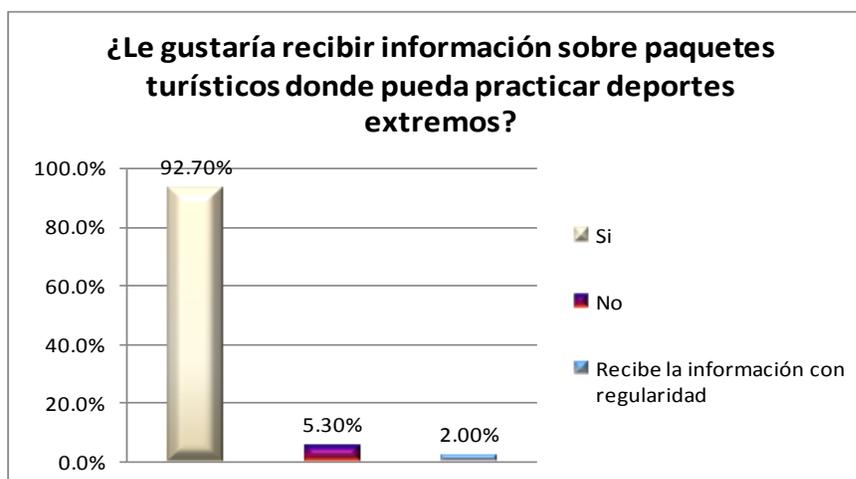
Del total de encuestados el 51.3% consideran que para ellos es favorable realizar reservaciones y pagos a través de Internet antes de dirigirse a un lugar turístico en El Salvador, mientras un 48.7% consideran lo contrario y prefieren no hacer uso de la herramienta del Internet.

Pregunta N° 27

¿Le gustaría recibir información sobre paquetes turísticos donde pueda practicar deportes extremos en El Salvador?

Objetivo: Conocer que porcentaje de personas están dispuestas a recibir información de paquetes turísticos donde se puedan practicar turismo de aventura y deportes extremos en el salvador.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Si	139	92.70%
No	8	5.30%
Recibe la información con regularidad	3	2.00%
Total	150	10.00%



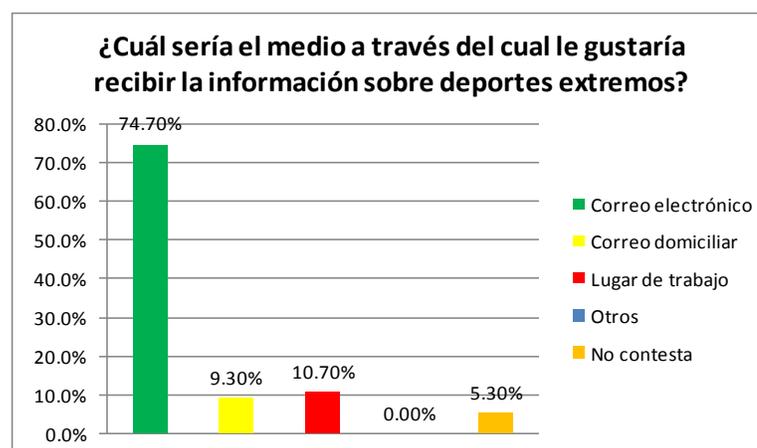
De acuerdo a los datos obtenidos el 92.7% de los encuestados les gustaría recibir información acerca de paquetes turísticos y deportes extremos a practicarse en El Salvador, un 5.3% no les gustaría recibirla, y un 2% aseguran que ya la reciben con regularidad.

Pregunta N° 28

Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa, ¿cuál sería el medio a través del cual le gustaría recibir la información sobre paquetes turísticos?, si su respuesta es negativa favor marcar la opción n° 5.

Objetivo: Establecer cuales serían los medios más factibles, a través del cual se le puede hacer entrega a los turistas de una calendarización de viajes turísticos en El Salvador.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Correo electrónico	112	74.70%
Correo domiciliar	14	9.30%
Lugar de trabajo	16	10.70%
Otros	0	0.00%
No contesta	8	5.30%
Total	150	100.00%



Según los datos obtenidos el 74.7% de turistas encuestados y en disponibilidad de aceptar paquetes turísticos sería favorable recibir la información a través de correo electrónico, un 9.3% les gustaría recibirla en su lugar de residencia, un 10.7% en su lugar de trabajo, y un 5.3% representa a las personas que no están de acuerdo en recibir información al respecto.

B. ANÁLISIS GENERAL DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO DE AVENTURA Y DEPORTES EXTREMOS EN EL SALVADOR.

Entre los datos más relevantes de la investigación realizada se puede mencionar que existe una proporción importante de turistas jóvenes solteros que frecuentan los lugares turísticos en El Salvador, de acuerdo a las preguntas 2 y 3.

Existe un mercado potencial de turistas radicado en personas que se encuentran empleadas actualmente, que son estudiantes o ambas situaciones, y que en promedio de ingresos familiares se autoevalúan en un margen de \$ 400 y más, esto se puede observar en la pregunta número 5 y 6. y por lo tanto tienen las posibilidades económicas de disfrutar o realizar turismo en El Salvador.

Un dato muy importante para la elaboración del plan de negocios es que se puede observar en que los turistas encuestados en su mayoría, es decir un 77.3% tienen conocimiento acerca del turismo de aventura y deportes extremos, ya que los han visto a través de medios de la televisión en su gran mayoría, otra cantidad importante de turistas los ha observado de manera personal en diversos lugares turísticos visitados, esto de acuerdo a las preguntas 7 y 8 por ejemplo: Puerta del diablo en San Salvador, lago de Suchitlán en Cuscatlán, Chorros de la Calera en Sonsonate, turicentro de Apuzunga en Santa Ana, entre otros.

Se puede mencionar que los turistas al momento de desplazarse a algún lugar turístico en El Salvador lo hacen por medio de vehículo propio, y por medio de transporte público, siendo estos

dos medios para los turistas nacionales en su gran mayoría, de acuerdo a la observación hecha en el lugar de los hechos, se comprende que los turistas internacionales solicitan los servicios de transporte de alguna agencia local que se dedique al turismo, de acuerdo a la pregunta número 10.

Otro factor importante a considerar es la preferencia de personas con que los turistas acostumbran a divertirse sanamente, es decir que ellos disfrutan más el esparcimiento con sus familias y amistades, y consideran que cualquier época del año es buena para hacer turismo en El Salvador, de acuerdo a la pregunta número 13 y 14 respectivamente.

Dentro de las actividades con mayor demanda en la rama del turismo se encuentra las caminatas o excursiones realizadas por los visitantes en lugares como cerros, volcanes y bosques, ya que el contacto con la naturaleza es la principal atracción, un porcentaje importante, es decir un 66% nunca acostumbra a solicitar los servicios de agencias turísticas, por lo que se puede mencionar que lo hacen a través de sus propios medios, contra un 4.70% que si los solicita, es normal para el caso de turistas internacionales, de acuerdo a lo observado y a las preguntas 15 y 16.

Según los resultados obtenidos a través de las encuestas se obtuvo el dato de que un 72% de los turistas les gusta experimentar emociones fuertes y sentir el incremento de adrenalina en las actividades practicadas, por lo que se visualiza un mercado meta aceptable para la implementación del plan de negocios, además del total de estas personas se afirma que dentro de las actividades practicadas y que han sido de mayor placer se encuentran las caminatas, la

practica de tirolesa y el rappel, habiendo otras disciplinas no muy conocidas como lo son el buceo, el puenting, y el cañoning, esto puede observarse en las preguntas número 17 y 18.

Otro aspecto destacado en la investigación es que muchas de las personas que han practicado deportes extremos en El Salvador no tiene conocimiento sobre alguna empresa formal que se dedique a estas actividades, lo atribuyen a una práctica libre y voluntaria, es más han recibido paquetes turísticos que les incluya practicar estas disciplinas pero ha sido de manera informal debido a que nadie estuvo en la capacidad de mencionar el nombre de alguna empresa, de acuerdo a las preguntas 19 y 20.

Un porcentaje muy alto de los turistas encuestados, es decir un 92% afirmaron que les gustaría recibir información sobre actividades programadas donde puedan practicar deportes extremos, pregunta 27, una variable que influye en la decisión final del turista es el precio que de acuerdo a la pregunta 22 oscilaría entre \$16 y \$30 por persona y por día si el paquete le incluye todos los gastos necesarios, alojamiento, alimentación, transporte, utilización de equipos para practicar estas actividades, y por supuesto que la empresa que les ofrezca el paquete cuente con las medidas de seguridad requeridas, además de la experiencia y conocimiento de los instructores, de acuerdo a la pregunta número 23

En cuanto a la forma de pago, el turista prefiere la utilización del efectivo mismo en cualquier lugar donde consuma o utilice algún producto o servicio turístico, pregunta 25, existe una opinión muy dividida en cuanto a utilizar los servicios de Internet efectuando reservaciones y pagos

anticipados, ya que un 51% considera la opción muy favorable contra un 49% que opina lo contrario y estima un riesgo el hacer esa clase de transacciones.

V. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE GUANATOURS

A. ÁREA ORGANIZACIONAL

1. Misión

“Introducir y desarrollar todos los deportes extremos en El Salvador Aprovechando nuestra topografía estratégica”.⁷³

2. Visión

“Ser la empresa líder en turismo de aventura y deportes extremos”⁷⁴

3. Valores⁷⁵

Los valores que Guanatours ofrece a sus clientes en cuanto a la prestación del servicio de turismo de aventura y deportes extremos son:

- Trabajo en equipo
- Innovación
- Respeto
- Confianza
- Seguridad
- Diversión y Esparcimiento

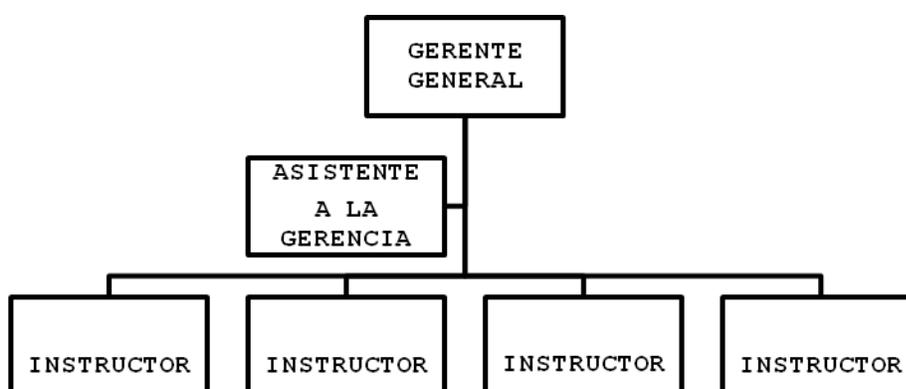
⁷³ www.guanatours-club.com

⁷⁴ Ibid.

⁷⁵ Ibid.

4. Organigrama General de Guanatours.

El personal que se encuentra laborando directamente con el Sr. Héctor Mauricio Aguilar son 5, de los cuales 4 son instructores u operarios, y sólo una persona se encuentra en el área administrativa, es de mencionar que además cuenta con personal eventual que sus servicios son requeridos cuando la demanda sobrepasa la oferta.



Fuente: Sr. Héctor Mauricio Aguilar (Propietario de Guanatours)

B. ANÁLISIS DE MERCADO.

1. Fuerzas de Michael Porter

El Análisis Porter de las cinco fuerzas es un modelo elaborado por el economista Michael Porter en 1979, en que se describen las 5 fuerzas que influyen en la estrategia competitiva de una compañía que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado, o algún segmento de éste.⁷⁶

⁷⁶ Wikipedia. "Análisis Porter de La 5 fuerzas". (2009). Disponible en http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas. [Consulta 10 de Septiembre de 2009]

a) Amenaza de Nuevos Competidores.

La competencia de Guanatours es muy reducida, de acuerdo a datos obtenidos a través del Registro Nacional de Turismo (Ver Anexo N° 12) no hay empresas inscritas legalmente a la fecha de la investigación, que ofrezcan los servicios de turismo de aventura y deportes extremos, por lo que su competencia se reduce a grupos de personas aficionadas que bajo su propio riesgo practican estas actividades, y que en un determinado período de tiempo podrían llegar a convertirse en una amenaza real si decidieran constituirse como empresas dedicadas al mismo giro, además, la información obtenida a través de la encuesta realizada a turistas refleja que las personas no conocen empresas dedicadas a este rubro (Ver Anexo N° 5 pregunta 19)

b) Rivalidad entre los Competidores.

La competencia de Guanatours se ve muy reducida, limitándose únicamente a la existencia de personas aficionados que practican estos deportes bajo su propio riesgo y responsabilidad, no considerando los aspectos formales de legalidad y seguridad, que permitan ofrecer un servicio serio y profesional, por lo tanto los clientes no son sometidos a guerras de precios ni campañas publicitarias fuertes, que les permita seleccionar la mejor opción dentro de una variedad de empresas

c) Poder de Negociación de los Proveedores.

Los proveedores son otra parte fundamental en la determinación de los costos de operación, Guanatours adquiere en la mayoría de los casos sus accesorios en Costa Rica, debido a que el Sr. Héctor Mauricio Aguilar (Propietario de la empresa) viaja constantemente hacia ese país, y los

proveedores están identificados plenamente con él, y por lo tanto le ofrecen precios especiales y descuentos en la adquisición de mercadería.

d) Poder de Negociación de los Clientes.

Los clientes no tienen incidencia en los precios ni en los destinos turísticos ya que en los paquetes están establecidos los precios a distintos lugares turísticos y el cliente opte libremente por los que mejor les parezca.

e) Amenaza de ingreso de Productos Sustitutos.

No hay productos sustitutos en El Salvador que puedan generar la adrenalina que esta inmersa en la práctica de deportes extremos y turismo de aventura.

2. Planes de Mercadeo que posee Guanatours

La empresa Guanatours, no cuenta con un plan de mercadeo definido estratégicamente ya que por los costos que genera son altos y la empresa aun no puede costear este tipo de planes, si cuenta con una página electrónica en la cual se ofrece la variedad de los servicios, la dirección es: <http://www.guanatours-club.com>, (Ver Anexo N° 13), en la que se puede conocer un poco acerca de la empresa

Plan Promocional, la empresa Guanatours no cuenta con un plan promocional bien definido ya que solo cuenta con promociones de paquetes turísticos en los diferentes sitios en que la empresa opera y está conformado por un números de personas o grupo, así también en el precio de dichos paquetes hay una diferencia de precios entre los turistas Nacionales y extranjeros.

Estos paquetes se encuentran distribuidos de la siguiente manera de acuerdo a datos ofrecidos por el Sr. Héctor Mauricio Aguilar:

Puerta del Diablo (Turistas Internacionales)			
Paquete 1 (principiante)	Paquete No.2 (Intermedio)	Paquete No.3 (Avanzado)	Otras Rutas
Ruta Piedra escuela y palo seco	Ruta Chimenea, Pista #1 ó Palo Seco	Ruta Del Centinela	La aguja, Concha Acústica
Precio 1 persona \$75.00 2 personas \$50.00 P/P 3-5 personas \$40 P/P 6 en adelante \$25.00 P/P	Precio 1 persona \$75.00 2 personas \$50.00 P/P 3-5 personas \$40 P/P 6 en adelante \$25.00 P/P	Precio 1 persona \$75.00 2 personas \$50.00 P/P 3-5 personas \$40 P/P 6 en adelante \$25.00 P/P	Precio 1 persona \$75.00 2 personas \$50.00 P/P 3-5 personas \$40 P/P 6 en adelante \$25.00 P/P

Cascadas de Juayua en Sonsonate (Turistas Internacionales)			
Paquete No.1 (Intermedio)	Paquete No.2 (Intermedio)	Paquete No.3 (Intermedio)	Paquete No.4 (Avanzado)
Ruta de las 6 Cascadas y Chorros de la Calera	Ruta El Tanque	La Laguneta	Las Avispas
Precios: dos personas \$75 p/p tres a cinco \$50.00 p/p seis en adelante \$40.00 p/p	Precios: dos personas \$75 p/p tres a cinco \$50.00 p/p seis en adelante \$40.00 p/p	Precios: dos personas \$75 p/p tres a cinco \$50.00 p/p seis en adelante \$40.00 p/p	Precios: dos personas \$75 p/p tres a cinco \$50.00 p/p seis en adelante \$40.00 p/p

Soyapango (Puenting)	Río Iempa (Puenting)
Grupo mínimo 10 personas y máximo 15	Grupo mínimo 10 personas y máximo 15
Precio \$35.00 p/p	Precio \$35.00 p/p

Cerro el Pital (Chalatenango) Camping y Rappel	Piedra X en (Morazán) Camping y Rappel
Grupo Mínimo 10 personas	Grupo Mínimo 10 personas
Precio por día \$25 p/p	Precio por día \$25 p/p

Otra manera de hacer publicidad es a través de grupos de socios que pagan una membresía anual y ellos tienen acceso a promociones y paquetes con menos costos que las otras personas que requieren los servicios de Guanatours creando así una expectativa en los socios de verificar las distintas promociones que la empresa pública eventualmente

C. ÁREA TÉCNICA DE GUANATOURS.

La empresa no utiliza un protocolo internacional o nacional para realizar estas actividades extremas, debido a la inexistencia de algún manual de procedimientos que permita ofrecer una mejor comprensión de los mismos, todo se realiza en virtud de la experiencia adquirida por los instructores

1. Equipos utilizados por Guanatours en Deportes Extremos

Existe una variedad de accesorios que se consideran indispensables al momento de practicar estos deportes extremos, y que forman parte de los accesorios que Guanatours ofrece a los participantes para garantizar su seguridad.

Los descensores

Su misión es disipar en forma de calor la energía generada por el cuerpo, provocando roces entre el descensor y la cuerda y provocando roces de las fibras internas de la cuerda entre sí cuando se aplasta al pasar por el descensor. Así se consigue descender controladamente, aumentando o disminuyendo el roce para disminuir o aumentar la velocidad de bajada. Están fabricados en acero y Guanatours posee 15 actualmente.



Las cuerdas

La cuerda soporta el peso del cuerpo, por ello, en teoría, cualquier cuerda de escalada (una cuerda de 3 mm tiene una resistencia de 200kg) podría servir para rapelar, pero utilizar cuerdas de poco diámetro es muy peligroso, ya que el más mínimo corte podría costar la vida. Se aconseja no utilizar cuerdas de menos de 8 mm de diámetro.

Se utilizan para escalar, y por ello son muy elásticas: cuando retienen un cuerpo que cae, lo hacen progresivamente, con lo que absorben mucha fuerza y evitan lesiones. También se pueden utilizar para rapelar, pero pueden resultar incómodas al provocar movimientos de vaivén si el rappel es muy largo. La empresa posee 300 mts de cuerda



Los mosquetones

Son grilletes de acero galvanizado, o aleaciones similares, que se utilizan para realizar maniobras en las actividades de montaña. Se Pueden clasificar según tengan o no cierre de seguridad, es

decir, una tuerca dispuesta en el gatillo que permite, una vez cerrado, evitar que se abra de forma accidental, lo cual es de extrema importancia para los mosquetones que empleemos para sujetar el descensor al arnés. Guanatours posee 20 mosquetones.



Los arneses

Sujetan torso, cintura y parte superior de los muslos. Son los más cómodos y seguros pero también son los más complicados de poner y ajustar. La empresa posee 21 arneses.



Las poleas

Son dispositivos mecánicos de tracción o elevación, utilizados para practicar tirolesa. Guanatours posee 8 poleas.



Cascos de seguridad

Se utilizan como parte del equipo de protección personal para evitar posibles fracturas o golpes en el cráneo al practicar deporte extremos. La empresa posee 12 cascos protectores



Guantes de seguridad

Los guantes son utilizados para brindar protección a las manos por la velocidad experimentada y por la fricción existente al momento de sujetarse a las cuerdas, el no utilizar esta protección se corre el riesgo de sufrir quemaduras en la piel. Guanatours posee 10 pares de guantes.



Cables de Acero para Tirolesa

Es el conjunto de alambres de acero e hilos de hierro que forman un cuerpo único como elemento de trabajo, se utiliza en los deportes extremos para desplazarse entre dos puntos distantes en la práctica de tirolesa o canopy. Guanatours cuenta con 100 mts de cable.



D. ÁREA FINANCIERA

Guanatours administra su información financiera de una manera informal, es decir, no existe un control administrativo o herramientas financieras básicas que permitan visualizar con claridad el rumbo de la empresa.

1. Determinación de los Ingresos

El nivel de ingresos de la empresa proviene de las ventas realizadas en un período determinado y obtenidos en diversos lugares turísticos de El Salvador, realizando la práctica de los deportes extremos o turismo de aventura, la rentabilidad de la empresa se obtiene gracias a la correcta toma de decisiones por parte de su propietario.

2. Determinación de los Costos de Operación

La adquisición de materiales y equipo para practicar estos deportes extremos, así como también el pago de colaboradores y otros gastos eventuales son determinados en base al nivel de demanda presentada en el mercado nacional, debido a que Guanatours no es una empresa constituida legalmente a la fecha respectiva de la investigación, no cuenta con un mecanismo o herramienta administrativa que facilite la toma de decisiones por parte de su propietario, por lo tanto la determinación de los costos queda a discreción y análisis del mismo

E. ANÁLISIS FODA DE GUANATOURS

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>1. Capacitación de los instructores a nivel nacional e internacional.</p> <p>2. Utilización de equipo adecuado y de alta seguridad.</p> <p>3. la diversidad de los deportes que ofrece Guanatours.</p> <p>4. Empresa pionera en actividades extremas en El Salvador.</p> <p>5. Prestigio y reconocimiento de su propietario por parte del Ministerio de Turismo.</p>	<p>1. Adquirir su registro legal en El Salvador.</p> <p>2. Posesionarse en el mercado nacional como empresa líder en este rubro.</p> <p>3. Obtener el reconocimiento de los turistas en base a la calidad de los servicios ofrecidos.</p> <p>4. Expandir la diversidad de los deportes extremos en otras zonas turísticas</p>	<p>1. Desconocimiento general de aspectos administrativos por parte del propietario de Guanatours.</p> <p>2. No posee la proyección de mercadeo necesaria para generar mayor interés y demanda</p> <p>3. Limitación de recursos económicos para invertir en personal y equipos</p>	<p>1. El clima puede afectar el desarrollo de las actividades.</p> <p>2. El incremento en los precios de los equipos más necesarios.</p> <p>3. La entrada al mercado de nuevos competidores.</p> <p>4. El decremento en la demanda ocasionado por el alto costo de la vida.</p>

VI. CONCLUSIONES

Luego de haber procesado y analizado los datos obtenidos a través de la investigación se puede destacar una serie de elementos importantes que serán insumos valiosos al momento de diseñar el plan de negocios sobre turismo de aventura y deportes extremos en El Salvador, a continuación se presentan:

1. De acuerdo a la investigación de campo la mayoría de personas, es decir un 88% no tienen conocimiento sobre empresas que se dediquen a la práctica de turismo de aventura y deportes extremos. (Ver pregunta N° 19 de encuesta)
2. El turista no tiene por costumbre solicitar los servicios de agencias turísticas que le ofrezcan diversas alternativas de viaje en el interior de El Salvador. (Ver pregunta N° 16 de encuesta)
3. El ingreso familiar de los turistas puede ser un factor que limite las posibilidades de adquisición de paquetes turísticos que incluyan la práctica de estos deportes extremos. (Ver pregunta N° 6 de encuesta)
4. Debido a la preferencia de los turistas por visitar las zonas costeras de El Salvador limitan a las empresas a explotar el turismo en otros lugares en las cuales se podría desarrollar con mayor facilidad los deportes extremos y turismo de aventura.(Ver pregunta N° 9 de encuesta)

5. La frecuencia con que las personas hacen turismo no contribuyen al desarrollo y expansión de dichos deportes ya que un 34.7% de los encuestados lo hacen aproximadamente cada 3 meses. (Ver pregunta N° 12 de encuesta)

6. Debido a la falta de conocimiento de los deportes extremos muchos de ellos no cuentan con la demanda necesaria para generar interés en otras personas y así promover su desarrollo (Ver pregunta N° 18 de encuesta).

7. Las personas que estarían en la disponibilidad de practicar deportes extremos consideran que los factores más importantes a evaluar son: la seguridad de los equipos, la experiencia de los instructores y la legalidad de la empresa que le ofrece los servicios. (Ver pregunta N° 23 de encuesta)

8. Las personas que acostumbran a realizar turismo lo hacen en grupos familiares en las cual el mercado meta se reduce. (Ver pregunta N° 13 de encuesta)

VII. RECOMENDACIONES

1. Elaborar un plan de negocios que permita el establecimiento de empresas dedicadas a promover y practicar el turismo de aventura y deportes extremos en El salvador.

2. Elaborar un plan promocional para que el turista se informe y conozca en detalle los beneficios que existen al utilizar los servicios de personas especialistas en el área.

3. Elaborar paquetes turísticos que sea atractivos al turista en términos económicos, aplicando políticas de descuentos por grupos a manera de promover la participación de las grandes mayorías.
4. Promover el turismo ecológico realizado en montañas, bosques, cerros, volcanes, que son los lugares mas apropiados para desarrollar turismo de aventura y deportes extremos.
5. Desarrollar dentro del plan de negocios estrategias que vinculen mas al turista con la empresa a manera de lograr que las personas puedan visitar los lugares turísticos con mayor frecuencia.
6. Informar al turista acerca de los deportes extremos con menor demanda a través de boletines, afiches, artículos en periódicos, y reportajes televisivos para que genere interés en el turista.
7. Generar confianza en los participantes a través de la utilización de equipos diseñados especialmente para ese tipo de actividades así como también capacitar a los instructores en las diversas disciplinas.
8. Promover estas actividades en lugares con mucha afluencia de personas jóvenes que es el mercado meta entre los cuales se pueden mencionar: Universidades, centros de estudios, centros de trabajo, entre otros.

CAPITULO III

“PROPUESTA DE UN PLAN DE NEGOCIOS QUE CONTRIBUYA A FORTALECER LA PENETRACIÓN EN NUEVOS MERCADOS DE LAS EMPRESAS DEDICADAS AL TURISMO DE AVENTURA Y DEPORTES EXTREMOS EN EL SALVADOR.”

I. IMPORTANCIA DEL PLAN DE NEGOCIOS

La importancia de la elaboración del plan de negocios orientado a las empresas dedicadas al turismo de aventura y deportes extremos en El Salvador, radica en la perfecta combinación de los diversos factores abordados en la mezcla promocional. Producto, precio, plaza y promoción, considerando los aportes adquiridos directamente de las personas, a través de la investigación de campo realizada en los destinos turísticos que cuentan con las condiciones territoriales idóneas para realizar estas actividades.

Por otra parte es importante mencionar que la puesta en marcha del plan de negocios proveerá de la metodología necesaria para obtener resultados económicos favorables para el o los inversionistas, porque contará con una descripción adecuada de los requerimientos financieros, humanos, técnicos y promocionales para brindarle una proyección importante al momento de ingresar a nuevos mercados turísticos de manera efectiva.

II OBJETIVOS DEL PLAN DE NEGOCIOS

Con la presentación del plan de negocios se pretende alcanzar diversos objetivos para la empresa así como también brindar al cliente una nueva forma de hacer turismo, para ello se establece:

A. OBJETIVO GENERAL

Formular un plan de negocios que contribuya a fortalecer la penetración de las empresas dedicadas al turismo de aventura y deportes extremos en El Salvador. Caso ilustrativo Guanatours.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Proporcionar a Guanatours una herramienta técnica y administrativa sobre cual debe ser la metodología a implementar, para que la empresa logre penetrar en el mercado nacional a través de la innovación del turismo de aventura en El Salvador.
2. Elaborar un plan promocional novedoso que refleje la nueva filosofía a adoptar por Guanatours, en cuanto a la proyección y lanzamiento de los deportes extremos con el compromiso de generar confianza y satisfacción en los clientes.
3. Brindar a los turistas que gozan de las emociones fuertes y un alto nivel de adrenalina una alternativa diferente de practicar deportes extremos, con la convicción de que la empresa cuenta con los recursos necesarios para brindar seguridad y protección en cada una de sus actividades a realizar.

III. ESTRUCTURA FORMAL DE PLAN DE NEGOCIOS QUE CONTRIBUYA A FORTALECER LA PENETRACIÓN EN NUEVOS MERCADOS DE LAS EMPRESAS DEDICADAS AL TURISMO DE AVENTURA Y DEPORTES EXTREMOS EN EL SALVADOR

A. RESUMEN EJECUTIVO

Los Servicios a presentar por Guanatours es una innovación en el mercado turístico de El Salvador, es decir, el presente plan de negocios ofrece a sus clientes una experiencia integral y diferente, que cuenta con la combinación de todos los factores necesarios al momento de hacer turismo extremo, dentro de los cuales se pueden mencionar alimentación, transporte, se contara con el respaldo de un tour operador con experiencia y con el equipo necesario para practicar los deportes extremos, se contara con una pagina web innovadora, con una oficina real y con personal capacitado para atender al turista nacional y extranjero

No existen en el país, agencias que promuevan una aventura extrema integral y segura, por lo que existe un nicho de mercado cautivo esperando por esa oportunidad de experimentar la adrenalina esperando conocer lugares llenos de belleza natural, vivir esa aventura que ayudara a los turistas a olvidar el estrés de la semana. El país cuenta con lugares paradisíacos como es el caso del río de las 7 cascadas en Juayúa, la cascada de El salto en Santo Domingo de Guzmán en el departamento de Sonsonate, entre otros, contar con estos lugares son oportunidades invaluable para poder explotar el deporte extremo y el turismo rural.

El equipo que se utilizaran son básicamente mosquetones, cuerdas, arneses, cascos y en algunas ocasiones chalecos salvavidas, se contará con radios comunicadores entre los

instructores, además de una computadora y cañón para realizar presentaciones a personas o grupos interesados en conocer acerca de estos deportes, pero básicamente toda la tecnología utilizada se reduce en técnica y habilidades.

El equipo humano de Guanatours se enfocará en la satisfacción del cliente, lo cual se logrará ofreciendo un servicio íntegro y completo, así si nuestro cliente proviene del extranjero, se contará con operadores bilingües que faciliten la comunicación, y se diseñará un paquete en el cual los clientes conozcan los lugares más pintorescos de El Salvador con sus respectivas tarifas diferenciadas.

Los segmentos de mercado básicamente se reducen a tres, los clientes extranjeros que se les ofrecerá el servicio de transporte desde los hoteles y estos tendrán un paquete bilingüe y se utilizará el servicio de policía de turismo. El segundo tipo de cliente es el corporativo que trabaja en una empresa, a los cuales se les dará una tarifa preferencial de grupo.

Y el turista salvadoreño promedio que frecuenta los diversos lugares turísticos a los cuales los precios pueden diversificarse de acuerdo a la clasificación de los mismos, es decir, jóvenes universitarios, grupos de amigos, familias, o agrupaciones religiosas.

Dentro de los recursos a invertir, se contará únicamente con tres personas de planta, el administrador, una secretaria que también hará las funciones de recepcionista, y un vendedor que se encargará de contactar a los clientes actuales y buscar nuevos participantes. Las funciones del administrador será buscar alianzas estratégicas entre operadores turísticos,

restaurantes, turistas internacionales, además de hacer los contactos con los hoteles para que estos ofrezcan a través de panfletos nuestros servicios, además dará capacitaciones en las empresas que adquieran los servicios y a las personas que visiten la oficina de Guanatours antes de cada evento. Esto permitirá obtener un margen de ahorro para poder solventar otros gastos, el resto del personal será subcontratado especialmente para los eventos, con previa capacitación de la empresa.

Se invertirá en el arrendamiento de una oficina en una zona reconocida para que la gente que la visite, perciba la idea que Guanatours es una empresa bien establecida y con una visión de futuro, además esto les dará la confianza que están tratando con personas profesionales.

Con respecto a la compra de equipo tales como: mosquetones, arnés, cuerdas, guantes, cascos, y los radios representaran una inversión inicial de \$10,000.00 aproximadamente.

Además las 4 computadoras y otros equipos de oficina representaran una inversión de \$3,390.00

Se ha pronosticado inicialmente vender 8 paquetes al mes. Se venderán 2 paquetes por cada semana. Y cada grupo tendrá 10 integrantes, cada paquete tendrá un costo promedio de \$35 para turistas nacionales, mínimo por paquete 10 personas, así como también \$60 para turistas internacionales y el total de ingresos que se espera obtener por mes es de \$3,200.00 inicialmente..

B. IDEA DE LOS SERVICIOS DE TURISMO DE AVENTURA Y DEPORTES EXTREMOS

De acuerdo a la visión estratégica establecida en el Plan Nacional de Turismo 2014 “ La actividad turística en El Salvador se habrá consolidado como un instrumento indispensable para la

revitalización y el bienestar social de todos los salvadoreños, la puesta en valor y conservación de los recursos así como para la estrategia de dinamización de la economía y el empleo.

El Salvador será un destino turístico competitivo referente en Centroamérica, en cuyo mercado se posicionará como líder en aquellos segmentos en que, por su singularidad, pueden potenciar una ventaja diferencial significativa, un país que se suma a la senda de una proyección turística mayor para toda Centroamérica y que, apoyado por una imagen de marca-país reconocida, se presenta como destino integrador de turismo temáticos especializados en el marco de una reconocida estabilidad política, social y económica”.

Es aquí donde nace la idea de la creación de una empresa que se dedique a la explotación del turismo natural a través de la practica de los deportes extremos realizados en armonía con la riqueza ecológica de El Salvador, entre los cuales se pueden mencionar el Rappel, Cañoning, Puenting, Buceo, Rafting, Ciclismo de montaña, tirolesa , campamentos y caminatas extremas, la simplicidad y facilidad en el manejo de los equipos con que estas actividades funcionan hace que el negocio sea atractivo para inversionistas, porque el éxito radica en las destrezas y habilidades de los instructores en las distintas disciplinas, no así en grandes equipos y materiales con gran valor en el mercado, es decir no representa un desembolso económico muy significativo

El beneficio para los participantes es experimentar emociones fuertes diferentes con una dosis alta de adrenalina, que liberan de estrés y proporcionen libertad física, mental y emocional ya que es una mezcla perfecta entre la naturaleza y las actividades deportivas.

Otro sector beneficiado serán los habitantes cercanos a los destinos turísticos, porque la explotación del turismo permitirá generar empleo local, lo que se traduce en desarrollo económico y bienestar social para las familias. El Salvador cuenta con lugares turísticos idóneos para desarrollar esta clase de deportes, los volcanes, lagos, playas, montañas, cascadas y ríos hacen que esta iniciativa de negocio logre posicionar a Guanatours como la empresa pionera en este rubro de los deportes extremos, ya que no existe a la fecha empresa que se dedique a estas actividades en El Salvador, sumado a todo ello la experiencia y conocimiento que su propietario ha obtenido a nivel nacional e internacional.

C. NATURALEZA DEL PROYECTO

1. Nombre de la Empresa

Guanatours (En proceso de adquirir personería jurídica)

2. Descripción de la Empresa

Es una empresa dedicada a ofrecer paquetes turísticos de deportes extremos y turismo de aventura en El Salvador.

3. Misión de la Empresa

“Ofrecer a los clientes que gustan de las emociones fuertes una alternativa diferente de hacer turismo en El Salvador, a través de la práctica de deportes extremos y actividades de aventura en los lugares más exóticos del país”.

4. Visión de la Empresa

“Alcanzar el prestigio nacional como empresa líder en la práctica de turismo de aventura y deportes extremos en El Salvador

D. PLAN DE MERCADEO DE GUANATOURS PARA IMPULSAR EL TURISMO DE AVENTURA Y DEPORTES EXTREMOS

1. Análisis de Mercado.

En el siguiente cuadro resumen se presenta el comportamiento actual de los grupos de personas que practican turismo en El Salvador, de acuerdo a datos obtenidos en las encuestas.

Clase de Turista	Clasificación de grupos turísticos	Actividades realizadas en el lugar turístico	Lugares preferidos a visitar	Medios de transporte utilizados para desplazarse
Nacional	Familias	Diversión	Playas, cerros, volcanes montañas, lagos	Vehículo propio y transporte público
	Amistades	Diversión	Playas, cerros, volcanes, lagos	Vehículo propio y transporte público
	Compañeros de trabajo	Diversión y dinámicas laborales	Playas, cerros, montañas, parques acuáticos	Vehículo propio
	Grupos Religiosos	Diversión y actividades religiosas	Cerros, montañas ríos, lagos	Vehículos arrendados de transporte público
Internacional	Amistades	Diversión	Playas, montañas cerros, volcanes,	Transporte de agencias turísticas
	Estudiantes	Diversión	Playas, montañas Cerros, volcanes	Transporte de agencias turísticas

2. Determinación de Mercado Objetivo para los Servicios ofrecidos por Guanatours

Para determinar el mercado objetivo a los cuales estarán dirigidos los servicios de turismo de aventura y deportes extremos por parte de la empresa, es importante destacar los resultados obtenidos en la investigación de campo, luego de haber analizado los datos obtenidos, se puede determinar que los clientes potenciales se pueden dividir en dos categorías, los turistas internos, personas entre 16 y 45 años de edad (Pregunta N° 2 encuesta realizada a los turistas, página N° 60), que disfrutan de actividades deportivas en contacto con la naturaleza, trabajadores con ingresos promedios familiares entre \$400 y \$800 mensuales (Pregunta N° 6 encuesta realizada a los turistas, página N° 64), y el segundo grupo son los turistas internacionales, que también se pueden destacar aspectos relevantes que se consideran insumos para el plan de negocios, como lo son: la necesidad de transporte entre hotel y lugares turísticos, Ofrecer una variedad de paquetes para realizar turismo en El Salvador y la necesidad de contar con guías bilingües que facilite la comunicación y generen confianza durante su estadía, (Información adicional obtenida de turistas internacionales), ambos grupos han conocido acerca de deportes extremos por experiencia propia o a través de medios de comunicación (Pregunta N° 8 encuesta realizada a los turistas, página N° 66).

Los deportes extremos ofrecidos por Guanatours si bien es cierto que no han contado con una proyección debido a la falta de una herramienta administrativa que le provea de las ideas y planes necesarios para desarrollar con éxito su lanzamiento en el mercado turístico nacional, los

turistas en su mayoría, es decir un 77.3% han visto o tienen conocimiento acerca de esta clase de disciplinas deportivas (Pregunta N° 7 encuesta realizada a los turistas página N° 65), por lo cual es necesario aprovechar las oportunidades que el mercado está presentando.

En base al análisis de mercado realizado, se proponen dos perfiles de los turistas a los cuales estarán dirigidos los servicios de Guanatours:

PROPUESTA DE MERCADO OBJETIVO 1	
Clasificación de Turista	Nacional
Sexo	Masculino y Femenino
Rango de Edad	Niños de 5 a 14 años bajo supervisión de un adulto, y de 15 años en adelante.
Ocupación	Empleados, estudiantes, comerciantes y profesionales
Ingresos Familiares	Para al adquisición de paquetes turísticos, personas con ingresos mensuales iguales o mayores a \$ 400.
Estado Familiar	Para toda la familia
Medio de Transporte	Transporte de Guanatours, transporte público o vehículo propio.
Medio de comunicación para hacer llegar las propuestas de paquetes turísticos	Vía correo electrónico
<p>Nota: No se recomiendan estas actividades para personas con problemas cardiacos u otras enfermedades que pongan en peligro su seguridad, para ello deberán completar un formulario donde exoneran a Guanatours de las responsabilidades que estos deportes conllevan. (Ver Anexo No.11)</p>	

A continuación se presenta el segundo cuadro resumen con el perfil del turista que estaría en la disposición de practicar deportes extremos en El Salvador.

PROPUESTA DE MERCADO OBJETIVO 2	
Clasificación de Turista	Internacional
Sexo	Masculino y Femenino
Rango de Edad	Niños de 5 a 14 años bajo supervisión de un adulto, y de 15 años en adelante.
Ocupación	Grupos de estudiantes y empleados
Ingresos Familiares	Cualquier nivel de ingreso considerando la disponibilidad de estos en adquirir paquetes turísticos más atractivos.
Estado Familiar	Para toda la familia
Medio de Transporte	Vehículo propio de Guanatours
Medio de comunicación para hacer llegar las propuestas de paquetes turísticos	Vía correo electrónico y a través de la página Web de la empresa
<p>Nota: No se recomiendan estas actividades para personas con problemas cardiacos u otras enfermedades que pongan en peligro su seguridad, para ello deberán completar un formulario donde exoneran a Guanatours de las responsabilidades que estos deportes conllevan. (Ver Anexo No.11)</p>	

3. Análisis de la Competencia

Se ha determinado que Guanatours no posee competencia de empresas que ofrezcan los servicios completos de turismo de aventura y deportes extremos, si existe en el mercado local diversos operadores y agencias que ofrecen turismo tradicional, no así realizando actividades

extremas, esto de acuerdo al Registro Nacional de Turismo 2009 (Ver Anexo N° 12), y los grupos de personas que regularmente lo practican se clasifican como aficionados, por lo cual nuevamente se visualiza una excelente oportunidad de negocio al proyectar a Guanatours como una empresa que ofrezca paquetes turísticos atractivos, y se debe estar en la disposición de implementar alianzas estratégicas con los mismos operadores y otros sectores con servicios complementarios.

4. Productos y Servicios a ofrecer por Guanatours.

Los deportes ofrecidos por la empresa mantienen su misma estructura, incorporando dos nuevas disciplinas:

DEPORTE	NOMBRE	DESCRIPCIÓN	LUGARES RECOMENDADOS
	Rappel	Consiste en el descenso con cuerdas fijas y equipo especial en peñas, barrancos, paredes de barrancas.	La puerta del diablo en San Salvador debido a su estructura natural.

	<p>Campamentos y Caminatas extremas</p>	<p>Un campamento es el espacio donde las personas se ubican para aprovechar su estadía en un lugar. Y disfrutan de los paseos extremos.</p>	<p>El Pital en Chalatenango, Bosque el Imposible en Ahuachapán y el Montecristo en Santa Ana</p>
	<p>Tirolesa o Canopy</p>	<p>Consiste en deslizarse sobre una red de cables sujetos de un extremo a otro</p>	<p>La puerta del diablo, Turicentro Apuzunga en Santa Ana, Lago de Suchitlán en Cuscatlán, entre otros.</p>
	<p>Cañoning</p>	<p>Es un deporte semi acuático porque es el descenso con cuerdas sobre cascadas</p>	<p>Por excelencia los chorros de la calera en Sonsonate, Cascadas de El Imposible en Ahuachapán.</p>
	<p>Puenting</p>	<p>Consiste en el lanzamiento libre al vacío sujetado a cuerdas fijas desde puentes.</p>	<p>Existe lugares con alturas apropiadas para esta disciplina, puente San Marcos Lempa, Soyapango, entre otros</p>

	<p>Buceo</p>	<p>Es la actividad en el cual el hombre se introduce al mar, lagos, ríos, con fines deportivos.</p>	<p>Playa los Cobanos, Lago de Ilopango, Lago de Coatepeque y Golfo de Fonseca.</p>
	<p>Ciclismo de Montaña</p>	<p>Consiste en el desplazamiento en bicicletas a través de zonas boscosas.</p>	<p>El Salvador cuenta con diversas zonas naturales para practicar este deporte</p>
	<p>Rafting</p>	<p>Actividad mediante el cual un grupo de personas a bordo de una embarcación son llevadas por la corriente de un río o aguas turbulentas.</p>	<p>Río Paz en Ahuachapán, Río Guajoyo en Santa Ana, Río Sumpul en Chalatenango.</p>

Nota: Para todos los deportes se ofrecerá transporte por parte de Guanatours cuando los servicios son a través de paquetes adquiridos por grupos o familias, y el destino sea fuera de San Salvador, incluyendo la utilización ilimitada de los equipos, el guía turístico y por supuesto instructores debidamente capacitados, la alimentación no se incluye en los paquetes, quedando abierta la posibilidad de realizar alianzas estratégicas en algunas zonas.

Para obtener información más detallada respecto a los destinos turísticos que pueden ser explotados para practicar deportes extremos por la empresa Guanatours se recomienda visitar la página web: <http://detur-sv.com/intro.html>, (Ver Anexo N° 14) De Tur es una pagina que nació en Agosto del 2007, como un proyecto innovador que pretende atraer la atención de turistas de todo el mundo. La pagina empezó como un proyecto universitario sobre los deportes extremos y el turismo alternativo en El Salvador, pero lentamente se convirtió en un proyecto ambicioso, creando así 4 secciones mas: De tur: Artesanía y Cultura, De tur: Arqueología, De Tur: Ciudad; La página tiene como objetivo servir de herramienta y/o instrumento que impulse el verdadero desarrollo al turismo Salvadoreño, sirviendo así como espacio para generar interés en cualquier persona dispuesta a darse un Tur por el pulgarcito de la región, El Salvador.⁷⁷

a) Otros Servicios

Considerando el nivel de conocimiento y experiencia del propietario de la empresa, es posible establecer otros servicios equivalentes a la práctica de deportes extremos, entre los que se pueden mencionar:

- Asesoría técnica en cuanto a la practica de deportes extremos (Por ejemplo clases de Buceo, clases de Rappel, entre otros)
- Elaboración de proyectos asociados a levantamientos de parques extremos y campos de aventura en lugares públicos o privados.
- Disertaciones sobre procedimientos profesionales de rescate, primeros auxilios y atención pre hospitalaria.

⁷⁷ Detur-sv.com. "Destino: El Salvador" (2009). Disponible en: <http://detur-sv.com/intro.html>. [Consulta 28 de Octubre 2009]

5. Determinación de los Precios por Paquetes Turísticos

Uno de los aspectos más importantes para lograr que el plan de negocios tenga éxito es evaluar los aspectos económicos tanto en los que incurre la empresa, así como también el costo de los paquetes turísticos que las personas estarían dispuestas a cancelar, para ello se establecen los siguientes parámetros de evaluación:

- El servicio de transporte utilizado por Guanatours para sus viajes, es brindado por una persona a un costo accesible debido a lazos de amistad existente entre el propietario del vehículo y el de Guanatours.
- El vehículo es utilizado solo para viajes con turistas que sean iguales o mayores a 10 personas y un límite de 20.
- Será contado como paquete turístico cuando el tamaño del grupo sea igual o mayor a 5 personas (Solo para turistas nacionales), en el área del departamento de San Salvador, y será de 10 personas cuando el destino sea fuera de San Salvador

Costo del transporte para Guanatours según zona del viaje	
Zona	Rango de precios
Zona Central y paracentral	Entre \$ 30 y \$ 50
Zona Occidental	Entre \$ 70 y \$ 100
Zona Oriental	Entre \$ 80 y \$ 125

- Se contratarán instructores solamente por viaje, entre 2 y 4 según sea requerido por la demanda de los turistas y de acuerdo al destino a visitar.

Costo en concepto de pago a instructores por viaje		
Ubicación del destino a visitar	Precios	Cantidad de Instructores
Zona Central y Para Central	\$ 15 por instructor	Dependerá del tamaño de los grupos a los cuales les brindará el servicio Guanatours
Zona Occidental	\$ 30 a \$ 50 por instructor	
Zona Oriental	\$ 30 a \$ 50 por instructor	

- Los paquetes serán divididos en 2 clases: Turistas nacionales y turistas internacionales, aplicando una escala diferenciada de precios entre ambos grupos.
- Los precios a continuación sugeridos han sido establecidos de acuerdo a estimaciones realizadas con el Sr. Héctor Mauricio Aguilar (Propietario de Guanatours), considerando el gasto en concepto de combustible, el pago de instructores y depreciación de equipos utilizados.
- Se ha considerado no incluir gastos de alimentación debido a que los viajes se consideran como aventuras extremas, se recomienda alimentos ligeros.
- La planificación de actividades en otros lugares distintos a los que se presentan en la siguiente tabla, serán evaluados en coordinación entre el administrador general y Guanatours, considerando la cantidad de personas que estarían dispuestas a participar.
- Las tarifas internacionales mantienen su base original.

ESCALA DE PRECIOS PARA TURISTAS NACIONALES

Destino	Deporte a practicar	Transporte incluido	Cantidad de personas	Costo del paquete por persona	Instructores	Observaciones
La Puerta del Diablo	Rappel y Tirolesa	No	De 5 a 9	\$ 20	2	La práctica de estos deportes también es libre en Puerta del Diablo a un costo de \$ 2 por persona (No paquete) debido a que Guanatours mantiene personal y equipo cada fin de semana.
			De 10 en adelante	\$ 18	3	
		Si	Grupo mayor a 10 personas	\$ 22	4	
Cascadas de Juayúa y Santo Domingo de Guzmán	Cañoning y Caminatas extremas	Si	Grupo de 10 a 15 personas	\$ 35	3	
			Grupo de 16 a 20 personas	\$ 28	4	
Cerro El Pital (Chalatenango)	Campamento, Caminatas extremas y Rappel	Si	Grupo de 10 a 15 personas	\$ 35 por día	3	
			Grupo de 16 a 20 personas	\$ 28 por día	4	

Piedra X en Perquín departamento de Morazán	Caminatas extremas, Campamento Y rappel	Si	Grupos de 10 a 15 personas	\$ 55 por 2 días	3	
			Grupos de 16 a 20 personas	\$ 45 por 2 días	4	
Puente de Soyapango (San Salvador)	Puenting	No	Grupos de 5 a 10 personas	\$ 25	2	
			Grupos de 11 a 20 personas	\$ 18	3	

ESCALA DE PRECIOS PARA TURISTAS INTERNACIONALES

Destino	Deporte a practicar	Transporte incluido	Cantidad de personas	Costo del paquete por persona	Observaciones
La puerta del diablo	Rappel y Tirolesa	Únicamente a solicitud del turista	1 Persona	\$ 75	Los paquetes no incluyen gastos de alimentación, si incluye la utilización de los equipos especializados de Guanatours, la cantidad de instructores será determinada por su propietario y deberán ser personas con conocimiento básico de inglés.
			2 Personas	\$ 55	
			De 3 a 5 personas	\$ 40	
			De 6 personas en adelante	\$ 30	
Cascadas de Juayúa y Santo Domingo de Guzmán	Cañoning y Caminatas extremas	Si	2 Personas	\$ 80	
			De 3 a 5 personas	\$ 65	
			De 6 en adelante	\$ 50	
Cerro El Pital (Chalatenango)	Campamento, Caminatas extremas y Rappel	Si	2 Personas	\$ 90	
			De 3 a 5 personas	\$ 80	
			De 6 en adelante	\$ 65	

Piedra X en Perquín departamento de Morazán	Caminatas extremas, Campamento Y rappel	Si	De 5 a 10 personas	\$ 80	
			De 11 personas en adelante	\$ 65	
San Salvador (Soyapango)	Puenting	Únicamente a solicitud del turista	1 Personas	\$ 65	
			De 2 a 3 personas	\$ 50	
			De 4 en adelante	\$ 30	
Lago de Ilopango y Playa Los Cóbano	Buceo	Únicamente a solicitud del turista	1 Persona	\$ 85	
			2 Personas	\$ 65	
			3 Personas	\$ 55	
			4 Personas en adelante	\$ 48	

6. Promoción de los Servicios ofertados por Guanatours.

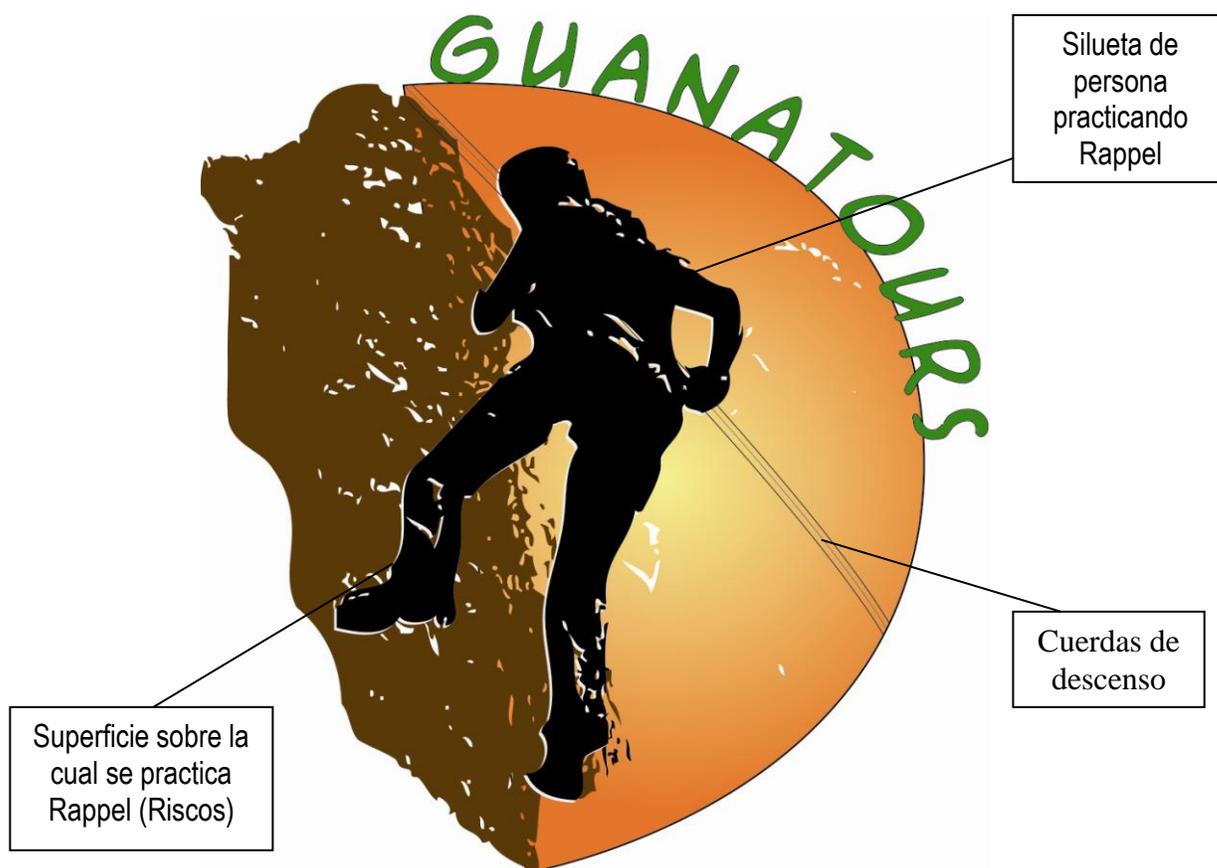
a) Imagen Propuesta a Guanatours para penetrar en el Mercado del Turismo de Aventura y Deportes Extremos en El Salvador.

A continuación se presenta el nuevo logo propuesto, cuenta con las características de ser novedoso, diferente, sencillo para que las personas identifiquen fácilmente a Guanatours.

Nombre comercial: Guanatours

Eslogan: "Explota tu adrenalina"

Logotipo:



b). Presupuesto de Mercadeo

Para desarrollar el área publicitaria del plan de negocios se determinaron las siguientes políticas:

- Se publicará un anuncio en La Prensa Gráfica para su lanzamiento.
- Se realizará publicidad con brochure en temporadas altas (Vacaciones de semana santa, vacaciones en agosto y mes de diciembre).
- Se desarrollará publicidad con hoja volantes cada fin de semana en el punto fijo que es La Puerta del Diablo donde Guanatours mantiene personal y equipo para practicar Rappel y Tirolesa.
- Se estima elaborar carnet de identificación para el personal de Guanatours.
- Los instructores y personas involucradas a Guanatours se les proveerá de camisas debidamente identificadas.

Para elaborar un presupuesto publicitario se han considerado los medios de publicidad que más inciden en el mercado como periódicos, hojas volantes, artículos promocionales.

Estimación de gastos publicitarios			
Empresa o medio de comunicación	Descripción	Costo	Observaciones
Periódico	Valor de publicación en La Prensa Gráfica	\$ 1,189.89	Valor de ¼ página full color en sección Economía y Negocios (Ver Anexo N° 15)
Impresora El Sistema	Elaboración de 1000 Brochures	\$ 95.00	Hoja tamaño papel bond, impresión en 6 lados full color. (Ver Anexo N° 16)
	Impresión de 2500 hojas volantes	\$ 175.00	Media página papel bond tamaño carta full color (Ver Anexo N° 16)
IDenticard	Elaboración de 12 carnes de identificación para el personal	\$ 27	Tarjetas color blanco full color (Ver Anexo N°17)
B y B Promotional.co	Elaboración de camisas promocionales para personal de Guanatours.	\$ 267.48	Son 3 camisas por persona, en colores blanco, negro y azul (Ver Anexo N° 18).
TOTALES		\$ 1,754.37	

El diseño de la hoja volante es la siguiente, misma que se publicará en La Prensa Gráfica:

guanatours

www.guanatours-club.com

Somos una empresa que nos dedicamos a los deportes extremos, turismo de aventura, asesoría técnica y construcción de parques de aventura, en todo El Salvador. Pioneros en este tipo de actividades, de tal manera que somos reconocidos por el Ministerio de Turismo de nuestro país, nuestros instructores cuentan con certificaciones nacionales e internacionales y somos los únicos en El Salvador capacitados en Alemania para desarrollar estos proyectos.

- rappel
- tirolesa
- cañoning
- puenting
- buceo
- rafting
- ciclismo de montaña
- campamentos y caminatas extremas

Ministerio de Turismo.
Alameda Manuel Enrique Araujo, Pje y Edificio Carbonell 2.
Nivel 2. Col. Roma. San Salvador.
TEL: 2103-3814 7762-2056

GUANATOURS-CLUB@HOTMAIL.COM

turismo de aventura y deportes extremos.

El diseño del Brochure de Guanatours será de la siguiente forma:



Ciclismo de Montaña

Consiste en el desplazamiento en bicicletas a través de zonas boscosas.



Rafting.

Actividad mediante el cual un grupo de personas a bordo de una embarcación son llevadas por la corriente de un río o aguas turbulentas.

PAQUETE	DEPORTE	LUGAR	COSTO	TRANSPORTE
1	Rappel y tirolesa	Puerta del Diablo	5 a 9 personas : \$20 c/u	NO
2	Rappel y tirolesa	Puerta del Diablo	10 a 20 personas : \$18 c/u	NO
3	Rappel y tirolesa	Puerta del Diablo	10 a 20 personas : \$22 c/u	SI
4	Cañioning y caminata extrema	Cascadas de Juayua o Santo Domingo de Guzmán (Sonsonate)	10 a 15 personas: \$35 c/u	SI
5	Cañioning y caminata extrema	Cascadas de Juayua o Santo Domingo de Guzmán (Sonsonate)	16 a 20 personas: \$ 28 c/u	SI
6	Campamento, caminata extrema y rappel	Cerro El Pital (Chalatenango)	10 a 15 personas: \$ 35 c/u por día	SI
7	Campamento, caminata extrema y rappel	Cerro El Pital (Chalatenango)	16 a 20 personas: \$ 28 c/u por día	SI
8	Campamento, caminata extrema y rappel	Piedra X en Perquín (Morazán)	10 a 15 personas: \$ 55 c/u por 2 días.	SI
9	Campamento, caminata extrema y rappel	Piedra X en Perquín (Morazán)	16 a 20 personas: \$ 45 c/u por 2 días.	SI
10	Puenting	Puente en Soyapango (San Salvador)	5 a 10 personas: \$ 25 c/u	NO
11	Puenting	Puente en Soyapango (San Salvador)	11 a 20 personas: \$ 18 c/u	SI



NOTA:

Todos los paquetes incluyen la utilización de los equipos de guanatours, instructores capacitados y seguridad por parte de Policía Nacional Civil.

NO SE INCLUYE GASTOS DE ALIMENTACIÓN.

Se recomienda utilizar ropa cómoda y zapatos adecuados.

Ministerio de Turismo,
Alameda Manuel Enrique Araujo, Pje y Edificio Carbonell 2. Nivel 2. Col. Roma, San Salvador.

TEL: 2103-3814 7762-2056

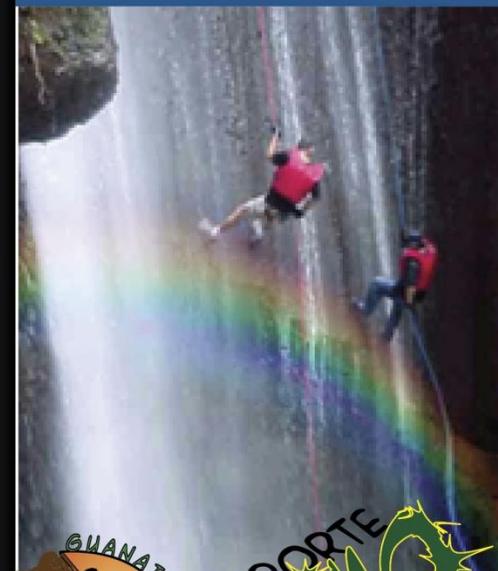
guanatours-club@hotmail.com

www.guanatours-club.com

turismo de aventura y deportes extremos.

guanatours

Rappel
Tirolesa
Campamento y caminatas
extremas
Puenting
Cañioning
Buceo
Rafting
Ciclismo de montaña



www.guanatours-club.com

turismo de aventura y deportes extremos.

guanatours

www.guanatours-club.com



Vive la vida al máximo! **guanatours**, te ofrece la oportunidad de retarte y vivir emociones al extremo.

Si lo tuyo es conocer nuevos lugares, vivir nuevas experiencias, encontrar nuevos desafíos, **guanatours** te ofrece toda una gama de variedades.

Experimenta la emoción del puenting, la adrenalina del tirolesa, la tranquilidad del camping y la inmersión con la naturaleza, la velocidad del rafting o la experiencia inigualable del sub mundo acuático en uno de los mejores arrecifes del mundo.

Con personal altamente calificado y equipo especializado, tu seguridad está garantizada.

Rappel

Consiste en el descenso con cuerdas fijas y equipo especial en peñas, barrancos, paredes de barrancos.



Tirolesa

Consiste en deslizarse sobre una red de cables sujetos de un extremo a otro.



Puenting

Consiste en el lanzamiento libre al vacío sujetado a cuerdas fijas desde puentes.



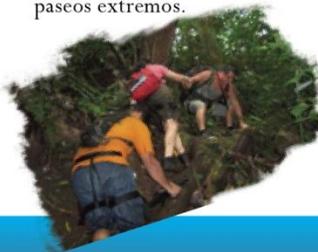
Cañoning

Es un deporte semi acuático porque es el descenso con cuerdas sobre cascadas.



Campamentos y Caminatas extremas.

Un campamento es el espacio donde las personas se ubican para aprovechar su estadía en un lugar. Y disfrutan de los paseos extremos.



Buceo

Es la actividad en el cual el hombre se introduce al mar, lagos, ríos, con fines deportivos.

tipo de actividades, a tal grado que somos reconocidos por el Ministerio de Turismo de nuestro país, nuestros instructores cuentan con certificaciones nacionales e internacionales y somos los únicos en el Salvador entrenados en Alemania para desarrollar estos proyectos.



Somos una empresa que nos dedicamos a los deportes extremos, turismo de aventura, asesoría técnica y construcción de parques de aventura, en todo El Salvador. Pioneros en este

El diseño de las camisas promocionales se clasifica en dos, las de oficina tipo Polo en 3 atractivos colores que también se pueden utilizar para eventos formales en los cuales Guanatours tenga participación:



Y las camisetas que también se presentan en los mismos 3 colores que las camisas Polo se destinarán para utilizarlas en el trabajo de campo:



7. Otras Estrategias de Mercadeo

Para elaborar un efectivo plan de negocios es necesario establecer algunas estrategias corporativas, esto permite visualizar mejores oportunidades de crecimiento, una empresa en la actualidad no puede mantenerse en la competencia si lo hace de manera aislada, es importante

maximizar los recursos con los que los socios estratégicos cuentan, para ello se proponen las siguientes alternativas:

- Solicitar apoyo a través del Ministerio de Turismo (MITUR) respecto a la promoción de actividades de aventura y deportes extremos.
- Respecto a la práctica del Rafting en Turicentro Apuzunga, se recomienda establecer una alianza estratégica promoviendo ambas empresas, Guanatours promocionará dicho deporte a través de su publicidad y remitirá a los interesados hacia ese destino, procurando desarrollar paquetes atractivos al turista, de los cuales los beneficios serán compartidos.
- El ciclismo de montaña es un deporte nuevo que está siendo promovido por la empresa AD-Delante S.A. de C.V de acuerdo a los datos del Registro Nacional de Turismo, se recomienda realizar una asociación estratégica en el cual Guanatours promueva ese deporte y remita a los participantes hacia dicha empresa con el objetivo de abarcar el mercado objetivo de los turistas.
- Se recomienda elaborar un contrato formal donde se establezcan los términos y condiciones bajo las cuales se trabajará con la persona que le brinda el transporte a Guanatours, ahorrando el costo de adquisición de un vehículo.
- La promoción a través de medios de comunicación es imprescindible y para darse a conocer a nivel internacional es necesario actualizar la página web de la empresa.
- Promover un club de personas que se integren a practicar deportes extremos bajo una suscripción anual. y una cuota mensual donde se incluya el derecho a la programación mensual de actividades extremas.

8. Estructura de Ventas

La metodología de ventas de Guanatours será sencilla ya que contará con la siguiente estructura:

a) Personal de Ventas

Se contará inicialmente con una persona encargada de la venta personal realizada con clientes existentes, con visitas y monitoreos regulares donde se le informará de la programación de actividades de Guanatours, se promoverá la búsqueda de nuevos clientes estratégicos en centros de estudios, universidades, empresas, ofreciéndoles una presentación formal donde se den a conocer los deportes promovidos por Guanatours.

b) Personal de Campo

Esta forma de venta consiste en la promoción de los servicios de Guanatours realizada en La Puerta del Diablo u otro destino turístico los fines de semana, porque es aquí donde las personas tienen un contacto directo con el personal de Guanatours practicando algún deporte extremo, el personal de la empresa vestirá camisas alusivas a la misma y contarán con material publicitario como hojas volantes y brochures que podrán repartir a personas interesadas en conocer más acerca de estas actividades y tendrán la disponibilidad de ofrecer información al respecto. Todas las actividades de deportes extremos estarán bajo la supervisión directa del Sr. Héctor Mauricio Aguilar quien con su experiencia y conocimiento dará las pautas de acción y capacitará a los instructores en las diversas disciplinas.

c) Proceso de Ventas

El proceso de ventas inicia desde el primer contacto con el cliente y culmina cuando éste adquiere y desarrolla las actividades ofertadas por Guanatours.

La identificación de los clientes potenciales se hará a través de encuestas y entrevistas eventuales para conocer las expectativas y preferencias de los clientes respecto a la práctica de turismo de aventura y deportes extremos, así como también el nivel de precios, la calidad del servicio ofrecido y nuevas actividades que la empresa pueda desarrollar, se implementará la creación de una base de datos con información de los clientes a los cuales se mantendrán informados sobre actividades a realizar a través de correos electrónicos, vía teléfono y visitas personalizada

E. PLAN DE OPERACIONES DE GUANATOURS

1. Instalaciones y Equipos

La ubicación de la oficina de Guanatours para efectos de proyección turística estará ubicada en el Ministerio de Turismo. Alameda Manuel Enrique Araujo, pasaje y edificio Carbonell 2, colonia Roma, San Salvador, en dicho lugar el Sr. Héctor Mauricio Aguilar cuenta con la oferta de establecer una pequeña oficina que le proveerá de los servicios básicos. El equipo de oficina que se utilizará para desarrollar las labores de oficina es mínimo a continuación se detalla:

Equipo de oficina a utilizar	Cantidad proyectada
Computadoras	4
Impresor	1
Contómetros	4
Escritorios	4
Sillas de oficina	4
Archivero	1
Fax	1

Con respecto al equipo de campo a utilizar Guanatours cuenta con lo básico y se ha considerado invertir en la adquisición de equipos complementario para hacerle frente a la demanda, el detalle de la inversión se presenta en la página No.145

2. Fuerza de Trabajo

En esta etapa del proyecto se determina la cantidad de personas que conformarán el equipo de trabajo de Guanatours:

RECURSO HUMANO PROPUESTO PARA GUANATOURS			
CARGO	PERMANENTE	EVENTUAL	NÚMERO
Administrador general	1		1
Contador	1		1
Asistente de Administración	1		1
Vendedor	1		1
Instructores		8	8

Los instructores serán contratados según los requerimientos de proyectos y los grupos de viajes que se organicen para hacer turismo en diversas zonas de El Salvador.

Las personas contratadas contarán con todos los beneficios de ley y su horario de trabajo será diurno según lo establece el artículo 161 del Código de Trabajo de El Salvador, y semanalmente cubrirán 44 horas laborales. Todos los trabajadores tendrán derecho a un día de descanso semanal remunerado en el caso de las personas con plazas permanentes, cuando la contratación sea bajo la modalidad de eventuales por proyectos, los acuerdos serán tomados entre los trabajadores y la administración de Guanatours.

F. PLAN DE ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

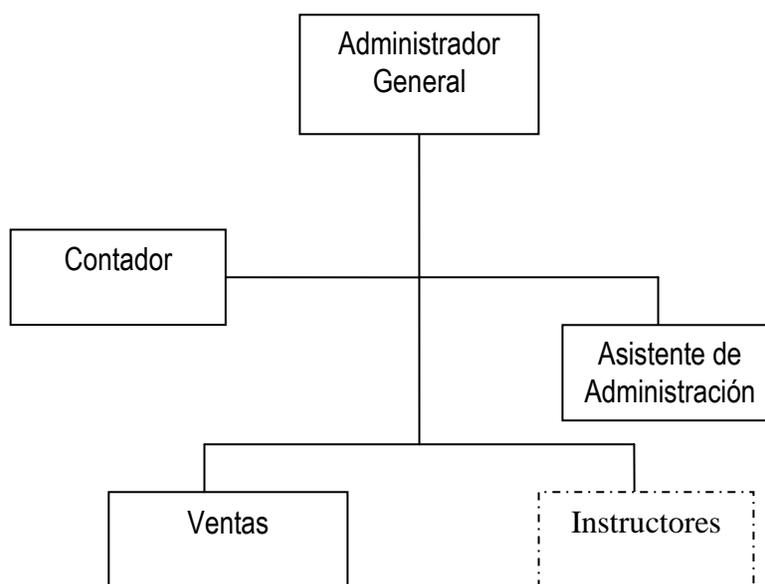
1. Socios y Forma Legal

Para obtener la legalidad y reconocimiento por parte del Ministerio de Turismo de El Salvador se recomienda a Guanatours cumplir con la normativa nacional vigente y presentar la documentación requerida para la inscripción de la empresa de acuerdo a los lineamientos exigidos por ese ministerio (Ver Anexo N° 19)

2. Estructura Organizacional de Guanatours.

A continuación se presenta la estructura formal propuesta para el desarrollo de las actividades de Guanatours.

PROPUESTA DE ORGANIGRAMA PARA GUANATOURS



Elaborado por equipo de investigación

3. Funciones Específicas por Puesto

Administrador General

Se encargará de planificar los paquetes turísticos, además de coordinar el transporte, realizará la compra de material y equipo necesario, también se encargará de cumplir con el proceso de contratación de personal permanente y eventual.

Contador

El contador asumirá las funciones financieras como pago de planilla, control de ingresos y egresos de la empresa, será el enlace con Ministerio de Hacienda en cuanto a pago de impuestos.

Asistente de Administración

El (La) asistente apoyará en las actividades del administrador en cuanto a la elaboración y redacción de documentos, contactos con otros socios estratégicos, elaboración de presentaciones en ferias o eventos turísticos en las cuales Guanatours tenga participación, entre otras funciones que delegue el administrador.

Ventas

Se encargará de ampliar la base de clientes a través de la búsqueda de nuevos participantes, a los cuales motivará e incentivará para adquirir los paquetes de turismo, proveerá de la información requerida por los interesados, en cuanto a precios, cotizaciones, destinos, etc. así

como también tendrá bajo su responsabilidad elaborar nuevos paquetes en coordinación con el administrador general.

Instructores

Son las personas sub contratadas por Guanatours y tendrán las funciones de un guía turístico, será el apoyo operativo en los viajes, velará por el cuidado del equipo, la seguridad en los mismos al momento de practicar deportes extremos, y orientará a las personas al iniciar la aventura.

4. Administración de Sueldos

Los sueldos de los empelados de Guanatours contarán con la debida aplicación de las leyes laborales de El Salvador como lo son:

- 3% descuento en concepto de ISSS (Artículo 29 Ley del Instituto Salvadoreño del Seguro Social).
- 6.25% descuento en concepto de Fondo de Ahorros para Pensiones (Artículo 16 Ley de Ahorro para Pensiones)
- Descuento de Renta de acuerdo a tabla respectiva.

El aporte patronal será de la siguiente manera:

- 7.50% aportación régimen de salud ISSS (Artículo 29 Ley del Instituto Salvadoreño del Seguro Social).

- 6.75% aportación al Fondo de Ahorros para Pensiones (Artículo 16 Ley de Ahorro para Pensiones).

Además contarán con los beneficios de aguinaldo, vacaciones tal como lo establecen el código de trabajo.

A continuación se presenta como quedará estructurada la planilla de empleados de Guanatours:

PLANILLA MENSUAL DE GUANATOURS ESTIMADA PARA EL PRIMER AÑO						
Empleado	Sueldo Nominal	Deducciones			Total Deducciones	Total a recibir
		ISSS	AFP	RENTA		
Administrador general	\$ 500	\$ 15	\$ 31.25	\$ 31.91	\$ 78.16	\$ 421.84
Contador	\$ 450	\$ 13.50	\$ 28.13	\$ 13.10	\$ 54.73	\$ 395.27
Asistente administrativo	\$ 400	\$ 12	\$ 25	\$ 13.10	\$ 50.10	\$ 349.90
Encargado de ventas	\$ 375	\$ 11.25	\$ 23.44	Exento	\$ 34.69	\$ 340.31
Totales	\$ 1,725	\$ 51.75	\$ 107.82	\$ 58.11	\$ 217.68	\$ 1,507.32

Como parte del incentivo hacia los empleados se considera destinar un porcentaje extra a todos los empleados por cumplimiento de metas mensuales.

G. PLAN FINANCIERO DE GUANATOURS.

A continuación se presenta en detalle las fuentes de financiamiento que Guanatours necesitaría para operar de manera planificada.

1. Fuentes de Financiamiento	
	
1.1. FONDOS PROPIOS	
Aporte del empresario	\$ 7,000.00
1.3. CREDITOS BANCARIOS	
Monto estimado del credito	\$ 20,000.00
Tasa de interes del crédito	10%
Años plazo del credito	8
2. Supuestos Generales	
Incrementos anuales en ventas año 2-5	35%
Incrementos en el precio de venta año 2-5	5%
Incrementos en costos variables anuales	3%
Incrementos Salariales anuales	5%
Gastos de venta como % de las ventas	0.0%
Incrementos en gastos de oficina anuales	2%
Impuesto sobre la renta	25%
Inventarios como % de las ventas	10%
Dias de credito de las ventas	30
Porcentaje de las ventas al credito	50%
Dias al credito de las compras	0
Porcentaje de las compras al credito	0%
Tasa de descuento para calculo del VAN	10%

2. Inversiones

2. Inversiones					
					
2.1. Gastos Preoperativos. Gastos no susceptibles de depreciación					
Concepto	Cantidad	Costo	Total		
Gastos de escrituración de la empresa	1	\$ 780	\$	780	
Matricula de comercio	1	\$ 30	\$	30	
Elaboración del sistema contable	1	\$ 600	\$	600	
Legalización de libros contables	1	\$ 160	\$	160	
Papelería de facturación	1	\$ 100	\$	100	
Registro de IVA/NIT	1	\$ 25	\$	25	
Tramites de arrendamiento del local	1	\$ 30	\$	30	
Acondicionamiento del local	1	\$ 300	\$	300	
Total de gastos pre operativos			\$	2,025.00	
2.2. Activos. Inversiones susceptibles de depreciación					
2.2.1. Activos de corto plazo: Inversiones depreciables a menos de un año o son parte de los inventarios iniciales de materia prima					
Concepto	Cantidad	Costo	Total	Vida útil en meses	Depreciación mensual
Material de limpieza inicial	1	\$ 40	\$ 40	6	\$ 6.67
Equipos de limpieza	1	\$ 25	\$ 25	6	\$ 4.17
Total de activos de corto plazo			\$ 65		\$ 10.83
2.2.2. Activos de mediano plazo: Inversiones en activos depreciables entre 1 y tres años o mas					
Fax	1	\$ 120	\$ 120	24	\$ 5.00
Computadoras	4	\$ 500	\$ 2,000	24	\$ 83.33
Impresor	1	\$ 150	\$ 150	24	\$ 6.25
Contómetro	4	\$ 70	\$ 280	24	\$ 11.67
Escritorios	4	\$ 140	\$ 560	24	\$ 23.33
Sillas	4	\$ 40	\$ 160	24	\$ 6.67
Archivero	1	\$ 120	\$ 120	24	\$ 5.00
Oasis	1	\$ 120	\$ 120	24	\$ 5.00
Cafetera	1	\$ 30	\$ 30	24	\$ 1.25
Equipos pequeños de oficina	1	\$ 30	\$ 30	24	\$ 1.25
Cable de media (Mts)	100	\$ 4	\$ 375	24	\$ 15.63
Cascos de protección	12	\$ 85	\$ 1,020	24	\$ 42.50
Mosquetones	20	\$ 28	\$ 560	24	\$ 23.33
Arneses	21	\$ 125	\$ 2,625	24	\$ 109.38
Poleas	8	\$ 75	\$ 600	24	\$ 25.00
Guantes por pares (Rappel)	7	\$ 45	\$ 315	24	\$ 13.13
Guantes por pares (Tirolesa)	10	\$ 4	\$ 40	24	\$ 1.67
Cuerdas para Rappel (Mts)	300	\$ 3	\$ 900	24	\$ 37.50
Cintas de seguridad	12	\$ 35	\$ 420	24	\$ 17.50
Descensores	15	\$ 35	\$ 525	24	\$ 21.88
Total en activos de mediano plazo			\$ 10,950.00		\$ 456.25
2.2.3. Activos de largo plazo. Inversiones que son depreciables en un tiempo mayor dos años					
Anticipo y depósito de alquiler	1	\$ 300	\$ 300		
Total de activos de Largo plazo	0		\$ 300		
Resumen de Inversiones					
Concepto			Total		Depreciación mensual
Total de gastos pre operativos			\$ 2,025.00		
Total activos corto plazo			\$ 65.00		
Total activos mediano plazo			\$ 10,950.00		
Total activos largo plazo			\$ 300.00		
Total inversiones preoperativas			\$ 13,340.00		\$ 467.08

3. Costos

Supuesto para cálculo de costos variables

Se ha considerado el costo unitario por cada destino turístico en base al mínimo de personas exigidas por grupo (10 personas)

3. Costos					
Costos Variable					
Concepto	Unidad	Cantidad utilizada	Costo unitario	Total	
Puerta del Diablo (San Salvador)				\$ 16.20	
Transporte	\$30.00	1	\$ 3.00	\$ 3.00	
Instructores	\$15.00	2	\$ 1.50	\$ 3.00	
Depreciación de equipo	\$102.00	1	\$ 10.20	\$ 10.20	
Cascadas de Juayua (Sonsonate)				\$ 26.20	
Transporte	\$70.00	1	\$ 7.00	\$ 7.00	
Instructores	\$30.00	3	\$ 3.00	\$ 9.00	
Depreciación de equipo	\$102.00	1	\$ 10.20	\$ 10.20	
Cerro El Pital (Chalatenango)				\$ 26.20	
Transporte	\$70.00	1	\$ 7.00	\$ 7.00	
Instructores	\$30.00	3	\$ 3.00	\$ 9.00	
Depreciación de equipo	\$102.00	1	\$ 10.20	\$ 10.20	
Piedra X en Perquín (Morazán)				\$ 29.20	
Transporte	\$100.00	1	\$ 10.00	\$ 10.00	
Instructores	\$30.00	3	\$ 3.00	\$ 9.00	
Depreciación de equipo	\$102.00	1	\$ 10.20	\$ 10.20	
Puenting en Soyapango (San Salvador)				\$ 19.00	
Transporte	\$30.00	1	\$ 6.00	\$ 6.00	
Instructores	\$15.00	2	\$ 3.00	\$ 6.00	
Depreciación de equipo	\$35.00	1	\$ 7.00	\$ 7.00	
Lago de Ilopango				\$ 24.00	
Transporte	\$30.00	1	\$ 6.00	\$ 6.00	
Instructores	\$30.00	3	\$ 6.00	\$ 18.00	
Depreciación de equipo	\$0.00	1	\$ -	\$ -	
Playa Los Cobanos				\$ 38.00	
Transporte	\$70.00	1	\$ 14.00	\$ 14.00	
Instructores	\$40.00	3	\$ 8.00	\$ 24.00	
Depreciación de equipo	\$0.00	1	\$ -	\$ -	
Costos Fijos					
Puesto de trabajo	No. de empleados	Salario mensual	Prestaciones	Costo total	Costo mensual
Personal					\$ 2,125.00
Administrador General	1	\$ 500.00	\$ 100.00	\$ 600.00	\$ 600.00
Contador General	1	\$ 450.00	\$ 100.00	\$ 550.00	\$ 550.00
Asistente de Administración	1	\$ 400.00	\$ 100.00	\$ 500.00	\$ 500.00
Vendedor	1	\$ 375.00	\$ 100.00	\$ 475.00	\$ 475.00
Oficina					\$ 525.00
Costos de alquiler					\$ 300.00
Costos de electricidad					\$ 50.00
Costos de agua					\$ 25.00
Costos de teléfono					\$ 100.00
Publicidad (Holas volantes, brochures, anuncios)				\$ 1,754.37	\$ -
Papelería y gastos de planta					\$ 50.00
Total costos de operación iniciales					\$ 2,650.00



4. Proyecciones de Venta

Para realizar el cálculo de las ventas estimadas se ha considerado lo siguiente:

- Los precios de los paquetes para los turistas nacionales se estableció en base a la deducción de los costos de operación incrementando en mínimo de 35% de ganancia por paquete.
- Los precios de los paquetes para los turistas internacionales se mantiene según la información proporcionada por Guanatours, no habiendo variación en estos.
- El grupo debe estar conformado por un mínimo de 10 personas para realizar el viaje al destino turístico.
- En el caso particular del buceo se ha considerado ofrecerlo en los primeros meses de la empresa solo a turistas internacionales, debido a q estos servicios son mayormente demandados por ellos.



4. Proyecciones de Ventas

4. Proyeccion de Ventas																	
Mes	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Turistas																	
Venta turistas nacionales																	
Puerta del Diablo (San Salvador)	10	10	20	10	10	10	10	20	10	10	10	15	145	196	264	357	482
Cascadas de Juayua (Sonsonate)	10	10	20	10	10	10	10	20	10	10	10	15	145	196	264	357	482
Cerro El Pital (Chalatenango)	10	10	20	10	10	10	10	20	10	10	10	15	145	196	264	357	482
Piedra X en Perquín (Morazán)	-	-	10	-	-	-	-	10	-	-	-	10					
Puenting en Soyapango (San Salvador)	10	10	20	10	10	10	10	20	10	10	10	15	145	196	264	357	482
Venta turistas internacionales																	
Puerta del Diablo (San Salvador)	10	10	15	10	10	10	10	15	10	10	10	15	135	182	246	332	448
Cascadas de Juayua (Sonsonate)	10	10	15	10	10	10	10	15	10	10	10	15	135	182	246	332	448
Cerro El Pital (Chalatenango)	10	10	15	10	10	10	10	15	10	10	10	15	135	182	246	332	448
Piedra X en Perquín (Morazán)	-	-	10	-	-	-	-	10	-	-	-	10	30	41	55	74	100
Puenting en Soyapango (San Salvador)	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	81	109	148	199
Buceo en Ilopango o Los Cobanos	-	-	5	-	-	-	-	5	-	-	-	-	10	14	18	25	33
Precios de Venta																	
Turistas nacionales																	
Puerta del Diablo (San Salvador)	\$22	\$22	\$22	\$22	\$22	\$22	\$22	\$22	\$22	\$22	\$22	\$22	\$22	\$23	\$24	\$25	\$27
Cascadas de Juayua (Sonsonate)	\$35	\$35	\$35	\$35	\$35	\$35	\$35	\$35	\$35	\$35	\$35	\$35	\$35	\$37	\$39	\$41	\$43
Cerro El Pital (Chalatenango)	\$35	\$35	\$35	\$35	\$35	\$35	\$35	\$35	\$35	\$35	\$35	\$35	\$35	\$37	\$39	\$41	\$43
Piedra X en Perquín (Morazán)	\$55	\$55	\$55	\$55	\$55	\$55	\$55	\$55	\$55	\$55	\$55	\$55	\$55	\$58	\$61	\$64	\$67
Puenting en Soyapango (San Salvador)	\$25	\$25	\$25	\$25	\$25	\$25	\$25	\$25	\$25	\$25	\$25	\$25	\$25	\$26	\$28	\$29	\$30
Precios de Venta																	
Turistas internacionales																	
Puerta del Diablo (San Salvador)	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40	\$42	\$44	\$46	\$49
Cascadas de Juayua (Sonsonate)	\$65	\$65	\$65	\$65	\$65	\$65	\$65	\$65	\$65	\$65	\$65	\$65	\$65	\$68	\$72	\$75	\$79
Cerro El Pital (Chalatenango)	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$84	\$88	\$93	\$97
Piedra X en Perquín (Morazán)	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$80	\$84	\$88	\$93	\$97
Puenting en Soyapango (San Salvador)	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$53	\$55	\$58	\$61
Buceo	\$55	\$55	\$55	\$55	\$55	\$55	\$55	\$55	\$55	\$55	\$55	\$55	\$55	\$58	\$61	\$64	\$67
Total de Ventas																	
Puerta del Diablo (San Salvador)	\$620	\$620	\$1,040	\$620	\$620	\$620	\$620	\$1,040	\$620	\$620	\$620	\$930	\$8,590	\$12,176	\$17,260	\$24,466	\$34,681
Cascadas de Juayua (Sonsonate)	\$1,000	\$1,000	\$1,675	\$1,000	\$1,000	\$1,000	\$1,000	\$1,675	\$1,000	\$1,000	\$1,000	\$1,500	\$13,850	\$19,632	\$27,829	\$39,447	\$55,917
Cerro El Pital (Chalatenango)	\$1,150	\$1,150	\$1,900	\$1,150	\$1,150	\$1,150	\$1,150	\$1,900	\$1,150	\$1,150	\$1,150	\$1,725	\$15,875	\$22,503	\$31,898	\$45,215	\$64,092
Piedra X en Perquín (Morazán)	\$0	\$0	\$1,350	\$0	\$0	\$0	\$0	\$1,350	\$0	\$0	\$0	\$0	\$2,700	\$3,402	\$4,822	\$6,836	\$9,690
Puenting en Soyapango (San Salvador)	\$500	\$500	\$750	\$500	\$500	\$500	\$500	\$750	\$500	\$500	\$500	\$625	\$6,625	\$9,391	\$13,312	\$18,869	\$26,747
Ilopango y/o Los Cobanos (Buceo)	\$0	\$0	\$275	\$0	\$0	\$0	\$0	\$275	\$0	\$0	\$0	\$0	\$550	\$780	\$1,105	\$1,567	\$2,221
Total de ventas en \$	\$3,270	\$3,270	\$6,990	\$3,270	\$3,270	\$3,270	\$3,270	\$6,990	\$3,270	\$3,270	\$3,270	\$4,780	\$48,190	\$67,884	\$96,226	\$136,400	\$193,347
Total de ventas en unidades	75	75	155	75	75	75	75	155	75	75	75	130	1115	1465	1977	2670	3604



5. Amortización de Préstamo

5. Amortización de Préstamo					
Valor del préstamo		Meses		Amortización mensual	
\$ 20,000.00		96		\$ 208.33	
Mes	Saldo	Intereses sobre saldos	Interes acumulado		
Mes 1	\$ 19,791.67	\$ 166.67	\$ 166.67		
Mes 2	\$ 19,583.33	\$ 164.93	\$ 331.60		
Mes 3	\$ 19,375.00	\$ 163.19	\$ 494.79		
Mes 4	\$ 19,166.67	\$ 161.46	\$ 656.25		
Mes 5	\$ 18,958.33	\$ 159.72	\$ 815.97		
Mes 6	\$ 18,750.00	\$ 157.99	\$ 973.96		
Mes 7	\$ 18,541.67	\$ 156.25	\$ 1,130.21		
Mes 8	\$ 18,333.33	\$ 154.51	\$ 1,284.72		
Mes 9	\$ 18,125.00	\$ 152.78	\$ 1,437.50		
Mes 10	\$ 17,916.67	\$ 151.04	\$ 1,588.54		
Mes 11	\$ 17,708.33	\$ 149.31	\$ 1,737.85		
Mes 12	\$ 17,500.00	\$ 147.57	\$ 1,885.42		
Mes 13	\$ 17,291.67	\$ 145.83	\$ 1,45.83		
Mes 14	\$ 17,083.33	\$ 144.10	\$ 289.93		
Mes 15	\$ 16,875.00	\$ 142.36	\$ 432.29		
Mes 16	\$ 16,666.67	\$ 140.63	\$ 572.92		
Mes 17	\$ 16,458.33	\$ 138.89	\$ 711.81		
Mes 18	\$ 16,250.00	\$ 137.15	\$ 848.96		
Mes 19	\$ 16,041.67	\$ 135.42	\$ 984.38		
Mes 20	\$ 15,833.33	\$ 133.68	\$ 1,118.06		
Mes 21	\$ 15,625.00	\$ 131.94	\$ 1,250.00		
Mes 22	\$ 15,416.67	\$ 130.21	\$ 1,380.21		
Mes 23	\$ 15,208.33	\$ 128.47	\$ 1,508.68		
Mes 24	\$ 15,000.00	\$ 126.74	\$ 1,635.42		
Mes 25	\$ 14,791.67	\$ 125.00	\$ 125.00		
Mes 26	\$ 14,583.33	\$ 123.26	\$ 248.26		
Mes 27	\$ 14,375.00	\$ 121.53	\$ 369.79		
Mes 28	\$ 14,166.67	\$ 119.79	\$ 489.58		
Mes 29	\$ 13,958.33	\$ 118.06	\$ 607.64		
Mes 30	\$ 13,750.00	\$ 116.32	\$ 723.96		
Mes 31	\$ 13,541.67	\$ 114.58	\$ 838.54		
Mes 32	\$ 13,333.33	\$ 112.85	\$ 951.39		
Mes 33	\$ 13,125.00	\$ 111.11	\$ 1,062.50		
Mes 34	\$ 12,916.67	\$ 109.38	\$ 1,171.88		
Mes 35	\$ 12,708.33	\$ 107.64	\$ 1,279.51		
Mes 36	\$ 12,500.00	\$ 105.90	\$ 1,385.42		
Mes 37	\$ 12,291.67	\$ 104.17	\$ 104.17		
Mes 38	\$ 12,083.33	\$ 102.43	\$ 206.60		
Mes 39	\$ 11,875.00	\$ 100.69	\$ 307.29		
Mes 40	\$ 11,666.67	\$ 98.96	\$ 406.25		
Mes 41	\$ 11,458.33	\$ 97.22	\$ 503.47		
Mes 42	\$ 11,250.00	\$ 95.49	\$ 598.96		
Mes 43	\$ 11,041.67	\$ 93.75	\$ 692.71		
Mes 44	\$ 10,833.33	\$ 92.01	\$ 784.72		
Mes 45	\$ 10,625.00	\$ 90.28	\$ 875.00		
Mes 46	\$ 10,416.67	\$ 88.54	\$ 963.54		
Mes 47	\$ 10,208.33	\$ 86.81	\$ 1,050.35		
Mes 48	\$ 10,000.00	\$ 85.07	\$ 1,135.42		
Mes 49	\$ 9,791.67	\$ 83.33	\$ 83.33		
Mes 50	\$ 9,583.33	\$ 81.60	\$ 164.93		
Mes 51	\$ 9,375.00	\$ 79.86	\$ 244.79		
Mes 52	\$ 9,166.67	\$ 78.13	\$ 322.92		
Mes 53	\$ 8,958.33	\$ 76.39	\$ 399.31		
Mes 54	\$ 8,750.00	\$ 74.65	\$ 473.96		
Mes 55	\$ 8,541.67	\$ 72.92	\$ 546.88		
Mes 56	\$ 8,333.33	\$ 71.18	\$ 618.06		
Mes 57	\$ 8,125.00	\$ 69.44	\$ 687.50		
Mes 58	\$ 7,916.67	\$ 67.71	\$ 755.21		
Mes 59	\$ 7,708.33	\$ 65.97	\$ 821.18		
Mes 60	\$ 7,500.00	\$ 64.24	\$ 885.42		

Mes 61	\$	7,291.67	\$	62.50	\$	947.92
Mes 62	\$	7,083.33	\$	60.76	\$	1,008.68
Mes 63	\$	6,875.00	\$	59.03	\$	1,067.71
Mes 64	\$	6,666.67	\$	57.29	\$	1,125.00
Mes 65	\$	6,458.33	\$	55.56	\$	1,180.56
Mes 66	\$	6,250.00	\$	53.82	\$	1,234.38
Mes 67	\$	6,041.67	\$	52.08	\$	1,286.46
Mes 68	\$	5,833.33	\$	50.35	\$	1,336.81
Mes 69	\$	5,625.00	\$	48.61	\$	1,385.42
Mes 70	\$	5,416.67	\$	46.88	\$	1,432.29
Mes 71	\$	5,208.33	\$	45.14	\$	1,477.43
Mes 72	\$	5,000.00	\$	43.40	\$	1,520.83
Mes 73	\$	4,791.67	\$	41.67	\$	1,562.50
Mes 74	\$	4,583.33	\$	39.93	\$	1,602.43
Mes 75	\$	4,375.00	\$	38.19	\$	1,640.63
Mes 76	\$	4,166.67	\$	36.46	\$	1,677.08
Mes 77	\$	3,958.33	\$	34.72	\$	1,711.81
Mes 78	\$	3,750.00	\$	32.99	\$	1,744.79
Mes 79	\$	3,541.67	\$	31.25	\$	1,776.04
Mes 80	\$	3,333.33	\$	29.51	\$	1,805.56
Mes 81	\$	3,125.00	\$	27.78	\$	1,833.33
Mes 82	\$	2,916.67	\$	26.04	\$	1,859.38
Mes 83	\$	2,708.33	\$	24.31	\$	1,883.68
Mes 84	\$	2,500.00	\$	22.57	\$	1,906.25
Mes 85	\$	2,291.67	\$	20.83	\$	1,927.08
Mes 86	\$	2,083.33	\$	19.10	\$	1,946.18
Mes 87	\$	1,875.00	\$	17.36	\$	1,963.54
Mes 88	\$	1,666.67	\$	15.63	\$	1,979.17
Mes 89	\$	1,458.33	\$	13.89	\$	1,993.06
Mes 90	\$	1,250.00	\$	12.15	\$	2,005.21
Mes 91	\$	1,041.67	\$	10.42	\$	2,015.63
Mes 92	\$	833.33	\$	8.68	\$	2,024.31
Mes 93	\$	625.00	\$	6.94	\$	2,031.25
Mes 94	\$	416.67	\$	5.21	\$	2,036.46
Mes 95	\$	208.33	\$	3.47	\$	2,039.93
Mes 96	\$	0.00	\$	1.74	\$	2,041.67

6. Flujo de Caja Proyectado



Flujo de Caja Proyectado en \$																		
Flujo de efectivo	Inicio	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo operativo																		
Utilidad neta	0	-1773	-1771	21	-1768	-1766	-1764	-1762	27	-1759	-1757	-1755	-1368	-17178	-7763	5280	21970	46818
Depreciaciones		467	467	467	467	467	467	467	467	467	467	467	467	5605	5605	5605	5605	5605
Generacion bruta de efectivo	0	-1306	-1304	488	-1300	-1299	-1297	-1295	494	-1292	-1290	-1288	-901	-11573	-2158	10885	27575	52423
Flujo operativo																		
Cuentas por cobrar	0	-1635	0	-1860	1860	0	0	0	-1860	1860	0	0	-755	-2390	-439	-1181	-1674	-2373
Cuentas por pagar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total flujo operativo	0	-1635	0	-1860	1860	0	0	0	-1860	1860	0	0	-755	-2390	-439	-1181	-1674	-2373
Flujos de inversiones preoperativas																		
Gastos preoperativos	-2025																	
Inversiones corto plazo	-65							-65						-65	-130	-130	-130	-130
Inversiones mediano plazo	-10950													0		-10950	0	-10950
Inversiones largo plazo	-300													0		0		
Tota flujos de inversiones preoperativas	-13340	0	0	0	0	0	0	-65	0	0	0	0	0	-65	-130	-11080	-130	-11080
Total flujo de inversion	-13340	0	0	0	0	0	0	-65	0	0	0	0	0	-65	-130	-11080	-130	-11080
Flujo financiero																		
Creditos bancarios	20000																	
Amortizacion del prestamo		-208	-208	-208	-208	-208	-208	-208	-208	-208	-208	-208	-208	-2500	-2500	-2500	-2500	-2500
Aporte de capital	7000																	
Pago de dividendos		0	0	0	0	0	0	0	0									
Total flujo financiero	27000	-208	-208	-208	-2500	-2500	-2500	-2500	-2500									
Saldo final neto de efectivo	13660	-3149	-1512	-1580	351	-1507	-1505	-1569	-1574	360	-1498	-1497	-1864	-16528	-5242	-3876	23271	36470
Saldo inicial neto de efectivo	0	13660	10511	8999	7418	7769	6262	4757	3189	1615	1974	476	-1021	13660	-2868	-8111	-11987	11284
Saldo final de efectivo	13660	10511	8999	7418	7769	6262	4757	3189	1615	1974	476	-1021	-2884	-2868	-8111	-11987	11284	47754

7. Estados de Resultados Projectados



7. Estado de Resultados Projectados en \$																	
Concepto	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas totales	3,270	3,270	6,990	3,270	3,270	3,270	3,270	6,990	3,270	3,270	3,270	4,780	48,190	67,884	96,226	136,400	193,347
Costo de los bienes vendidos	1,759	1,759	3,682	1,759	1,759	1,759	1,759	3,682	1,759	1,759	1,759	2,883	26,078	35,205	47,527	64,162	86,618
Margen sobre ventas	1,511	1,511	3,308	1,511	1,511	1,511	1,511	3,308	1,511	1,511	1,511	1,897	22,112	32,679	48,699	72,238	106,729
Salarios	2,125	2,125	2,125	2,125	2,125	2,125	2,125	2,125	2,125	2,125	2,125	2,125	25,500	26,775	28,114	29,519	30,995
Gastos de venta	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Gastos de oficina	525	525	525	525	525	525	525	525	525	525	525	525	6,300	6,426	6,555	6,686	6,819
Depreciación	467	467	467	467	467	467	467	467	467	467	467	467	5,605	5,605	5,605	5,605	5,605
Utilidad operativa	(1,606)	(1,606)	191	(1,606)	(1,606)	(1,606)	(1,606)	191	(1,606)	(1,606)	(1,606)	(1,220)	(15,293)	(6,127)	8,425	30,428	63,309
Gastos financieros	167	165	163	161	160	158	156	155	153	151	149	148	1,885	1,635	1,385	1,135	885
Utilidad antes de impuestos	(1,773)	(1,771)	28	(1,768)	(1,766)	(1,764)	(1,762)	36	(1,759)	(1,757)	(1,755)	(1,368)	(17,178)	(7,763)	7,040	29,293	62,423
Impuesto sobre la renta	-	-	7	-	-	-	-	9	-	-	-	-	-	-	1,760	7,323	15,606
Utilidad neta	(1,773)	(1,771)	21	(1,768)	(1,766)	(1,764)	(1,762)	27	(1,759)	(1,757)	(1,755)	(1,368)	(17,178)	(7,763)	5,280	21,970	46,818

8. Balance General Projectado.



Balance General Proforma																	
	MESES																
Activos circulantes	Inicio	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Efectivo y cuentas en bancos	\$ 13,660	\$ 10,511	\$ 8,999	\$ 7,418	\$ 7,769	\$ 6,262	\$ 4,757	\$ 3,189	\$ 1,615	\$ 1,974	\$ 476	-\$ 1,021	-\$ 2,884	-\$ 8,111	-\$ 11,987	\$ 11,284	\$ 47,754
Cuentas por cobrar	\$ -	\$ 1,635	\$ 1,635	\$ 3,495	\$ 1,635	\$ 1,635	\$ 1,635	\$ 1,635	\$ 3,495	\$ 1,635	\$ 1,635	\$ 1,635	\$ 2,390	\$ 2,829	\$ 4,009	\$ 5,683	\$ 8,056
Total activos circulantes	\$ 13,660	\$ 12,146	\$ 10,634	\$ 10,913	\$ 9,404	\$ 7,897	\$ 6,392	\$ 4,824	\$ 5,110	\$ 3,609	\$ 2,111	\$ 614	-\$ 494	-\$ 5,282	-\$ 7,977	\$ 16,967	\$ 55,810
Activos de mediano plazo																	
Inventarios iniciales	\$ 65	\$ 65	\$ 65	\$ 65	\$ 65	\$ 65	\$ 65	\$ 130	\$ 130	\$ 130	\$ 130	\$ 130	\$ 130	\$ 260	\$ 390	\$ 520	\$ 650
Depreciaciones		-\$ 11	-\$ 22	-\$ 33	-\$ 43	-\$ 54	-\$ 65	-\$ 76	-\$ 87	-\$ 98	-\$ 108	-\$ 119	-\$ 130	-\$ 260	-\$ 390	-\$ 520	-\$ 650
Equipos livianos	\$ 10,950	\$ 10,950	\$ 10,950	\$ 10,950	\$ 10,950	\$ 10,950	\$ 10,950	\$ 10,950	\$ 10,950	\$ 10,950	\$ 10,950	\$ 10,950	\$ 10,950	\$ 10,950	\$ 21,900	\$ 21,900	\$ 32,850
Depreciaciones		-\$ 456	-\$ 913	-\$ 1,369	-\$ 1,825	-\$ 2,281	-\$ 2,738	-\$ 3,194	-\$ 3,650	-\$ 4,106	-\$ 4,563	-\$ 5,019	-\$ 5,475	-\$ 10,950	-\$ 16,425	-\$ 21,900	-\$ 27,375
Total activos Corto Plazo	\$ 11,015	\$ 10,548	\$ 10,081	\$ 9,614	\$ 9,147	\$ 8,680	\$ 8,213	\$ 7,810	\$ 7,343	\$ 6,876	\$ 6,409	\$ 5,942	\$ 5,475	\$ -	\$ 5,475	\$ -	\$ 5,475
Activos de largo plazo																	
Deposito de alquiler	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300
Total activos Largo Plazo	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300	\$ 300											
Total activos	\$ 24,975	\$ 22,994	\$ 21,015	\$ 20,827	\$ 18,851	\$ 16,877	\$ 14,905	\$ 12,934	\$ 12,753	\$ 10,786	\$ 8,820	\$ 6,857	\$ 5,281	-\$ 4,982	-\$ 2,202	\$ 17,267	\$ 61,585
Pasivos a Corto Plazo																	
Cuentas por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Creditos Bancarios	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000	\$ 20,000
Amortización del credito	\$ -	-\$ 208	-\$ 417	-\$ 625	-\$ 833	-\$ 1,042	-\$ 1,250	-\$ 1,458	-\$ 1,667	-\$ 1,875	-\$ 2,083	-\$ 2,292	-\$ 2,500	-\$ 5,000	-\$ 7,500	-\$ 10,000	-\$ 12,500
Total Pasivos a Corto Plazo	\$ 20,000	\$ 19,792	\$ 19,583	\$ 19,375	\$ 19,167	\$ 18,958	\$ 18,750	\$ 18,542	\$ 18,333	\$ 18,125	\$ 17,917	\$ 17,708	\$ 17,500	\$ 15,000	\$ 12,500	\$ 10,000	\$ 7,500
Capital	\$ 7,000	\$ 7,000	\$ 7,000	\$ 7,000	\$ 7,000	\$ 7,000											
Utilidades retenidas	-\$ 2,025	-\$ 3,798	-\$ 5,569	-\$ 5,548	-\$ 7,316	-\$ 9,081	-\$ 10,845	-\$ 12,608	-\$ 12,580	-\$ 14,339	-\$ 16,096	-\$ 17,852	-\$ 19,219	-\$ 26,982	-\$ 21,702	\$ 267	\$ 47,085
Total patrimonio	\$ 4,975	\$ 3,202	\$ 1,431	\$ 1,452	-\$ 316	-\$ 2,081	-\$ 3,845	-\$ 5,608	-\$ 5,580	-\$ 7,339	-\$ 9,096	-\$ 10,852	-\$ 12,219	-\$ 19,982	-\$ 14,702	\$ 7,267	\$ 54,085
Total Pasivos	\$ 24,975	\$ 22,994	\$ 21,015	\$ 20,827	\$ 18,851	\$ 16,877	\$ 14,905	\$ 12,934	\$ 12,753	\$ 10,786	\$ 8,820	\$ 6,857	\$ 5,281	-\$ 4,982	-\$ 2,202	\$ 17,267	\$ 61,585
Diferencia	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ -	\$ -											

H. PLAN PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE NEGOCIOS EN LA EMPRESA GUANATOURS.

Actividad	Responsable	Mes de Marzo 2010			
		Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Presentación del Plan de Negocios	Equipo de trabajo				
Revisión del Plan de Negocios por parte de Guanatours	Gerente de Guanatours con equipo de trabajo				
Correcciones u observaciones realizadas al documento para mejorarlo	Gerentes de Guanatours				
Aprobación del Plan de Negocios por parte de la empresa.	Gerente y propietario de Guanatours				
Implementación del Plan de Negocios de acuerdo al cronograma establecido	Personal de Guanatours				
Evaluación sobre aspectos técnicos determinados por el equipo de trabajo.	Equipo de trabajo.				

GLOSARIO

Adrenalina: Hormona secretada en ciertas situaciones de estrés por las glándulas suprarrenales que acelera el ritmo cardíaco, aumenta la presión arterial, dilata los bronquios y estimula el sistema nervioso central.

Agencia turística: Las Agencias del Turismo son un tipo de empresa, o sociedades de comercio que están en facultad para organizar y promover el Turismo Nacional e Internacional.

Arneses: Son los accesorios que sujetan el torso cintura y parte superior de los muslos de las personas al practicar algún deporte extremo.

Cascos de seguridad: Son los que se utiliza como parte de equipo de seguridad personal para evitar posibles fracturas o golpes en el cráneo.

Centralización: Describe a donde esta la autoridad para la toma de decisiones.

CORSATUR: Corporación Salvadoreña de Turismo.

Clientes: Es la persona que coloca el dinero para la compra de un producto o servicio.

Cuerdas: Es la que soporta el peso del cuerpo de la persona o algún objeto.

Descripción de puestos: Es una declaración escrita de lo que hace el ocupante de un puesto, como se hace y por que se hace.

Deportes extremos: Son todos aquellos deportes o actividades de ocio con algún componente deportivo que conllevan una real o aparente peligrosidad por las condiciones difíciles o extremas en las que se.

Descensores: Es un accesorio de acero que dispara en forma de calor la energía generada por el cuerpo provocando rozos entre las fibra internas del las cuerdas entres si, que aumentan o disminuyen la velocidad en bajada.

Destino: Es una zona dentro del mismo país de residencia. En el caso de los visitantes internacionales, el destino puede referirse al país visitado o a una región de dicho país.

Diagnostico: Es un proceso de construcción de conocimiento, estructurado, reflexivo y crítico que tienen como finalidad comprender, analizar, interpretar y transformar los hechos de un determinado proceso.

Encuesta: Método de recopilación de datos primarios por medio de entrevistas personales, por teléfono y por correo.

Esparcimiento: Diversión o distracción, especialmente para alejarse por un tiempo de un trabajo o preocupación.

Especificación de puestos: Hace énfasis en la persona. Establece las calificaciones mínimas aceptables que el ocupante de un puesto debe poseer para desempeñar su tarea con éxito.

Ecoturismo: Es un nuevo movimiento conservativo basado en la industria turística que conservan el entorno y sostienen el bienestar de la comunidad local.

Fuentes primarias: Son todas aquellas de las cuales se obtiene información directa, es decir de donde se origina la información.

Fuentes secundarias: Son todas aquellas que ofrecen información sobre el tema por investigar, pero no son la fuente original de los hechos o situaciones sino que los referencian.

Guantes de seguridad: Son los que se utilizan para brindar protección a las manos por la velocidad y la fricción al momento de sujetarse a las cuerdas en la práctica de deportes extremos.

Hidrografía: Es una rama de la Geografía que se ocupa de la descripción y estudio sistemático de los diferentes cuerpos de agua planetarios, en especial, de las aguas continentales.

Investigación: Es un proceso que, mediante la aplicación del método científico, procura obtener información relevante y fidedigna (digna de fe y crédito), para entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento.

ISTU: Instituto Salvadoreño de Turismo.

Mercado objetivo: El segmento del mercado al que está dirigido un producto. Generalmente, se define en términos de edad, género o variables socioeconómicas.

Método científico: Conjunto de pasos fijados de antemano por una disciplina con el fin de alcanzar conocimientos válidos mediante instrumentos confiables.

MITUR: Ministerio de Turismo.

Misión: Razón de ser de la organización y especifica el rol funcional que la organización a desempeñar

Mosquetones: Es un accesorio de acero galvanizado que se utilizan para realizar maniobras en actividades de montaña u algún otra disciplina.

Muestra: Es un subconjunto de casos o individuos de una población estadística

Ocio: Es el tiempo libre al que se dedica a actividades que no son ni trabajo, ni tareas domésticas esenciales. Es un tiempo recreativo que se usa a discreción.

Paquete turístico: Conjuntos de servicios que incluye el alojamiento y una combinación de otros elementos, tales como traslados, comidas, excursiones locales, etc. Puede o no incluir el transporte de aproximación y se vende a un precio global, y son adquiridos en un solo acto de compra.

Patente: Es un conjunto de derechos exclusivos concedidos por un Estado a un inventor o a su cesionario, por un período limitado de tiempo a cambio de la divulgación de una invención.

Plan de negocios: Es una herramienta que permite al emprendedor realizar un proceso de planeación que le ayude a seleccionar el camino adecuado para el desarrollo de sus metas y objetivos, y que se convierte en la guía de sus actividades diarias.

Plaza: Se refiere a todas las actividades que realiza la empresa para hacer accesible un producto a un público objetivo.

Poleas: Son dispositivos mecánicos de tracción o elevación, utilizados para practicar tirolesa.

Precio: Es la cantidad de dinero que debe pagar un cliente para obtener el producto.

Producto: Se refiere a la combinación de bienes y servicios que ofrece una empresa a su mercado objetivo.

Promoción: Se refiere a todas las actividades que desarrolla una empresa para comunicar los méritos de sus productos y cuyo fin consiste en persuadir a los clientes para que los compren.

Recreación: La constituye un conjunto de actividades individuales o colectivas para la utilización positiva del tiempo libre y el turismo en particular, que contribuyan al desarrollo integral de la persona, mejorando su calidad de vida y la de su familia.

SINAPROC: Sistema Nacional de Protección Civil.

Turismo: Es la actividad consistente en viajar e ir de excursión para divertirse o con una finalidad instructiva.

Turismo Agrícola o Agroturismo: El Agroturismo ha dado como resultado los rancho-hoteles en Estados Unidos, con un éxito ascendente, pues ofrecen a los turistas, semanas completas de estadía con todos los servicios incluidos, además de enseñarles a cultivar, cosechar, operar los sistemas de riego y combatir plagas, entre otras actividades.

Turismo de sol y playa: El turismo convencional, conocido también como el modelo de *sol y playa*, es un producto propio de la sociedad urbana e industrial.

Turismo Científico: El objetivo principal del viajero que elige este tipo de turismo es abrir más sus fronteras para la investigación en esta área.

Turismo Cultural: Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad.

Turismo de Aventura: Es otra las modalidades del turismo alternativo, y sin duda una de las formas que mayores expectativas genera a su alrededor, por un cierto misticismo y tabúes que se han generado en su entorno.

Turismo Histórico: Es aquel que se realiza en aquellas zonas cuyo principal atractivo es su valor histórico.

Turismo Gastronómico: Consiste en la motivación de desplazarse a diversos lugares para deleitar el paladar y conocer los platos típicos de las regiones.

Turismo de aventura: Es un tipo de turismo que implica la exploración o el viaje a áreas remotas, donde el viajero puede esperar lo inesperado.

Valores: Los valores son aquellos conceptos que pueden ser puestos en práctica en nuestra vida para que podamos vivir mejor, Tanto en forma íntima, personal, familiar, grupal y social. Por ello todo valor es un concepto operativo.

Visión: Es la descripción general de donde la empresa quiere estar en un futuro formulada por la dirección de la empresa.

Vulcanología: Es el estudio de los volcanes, la lava, el magma y otros fenómenos geológicos relacionados.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- Blaxter, L., Hughes, C. y Tigh, M.(2000) como se hace una investigación. Colección de herramientas universitarias. Barcelona: Gedisa)
- César A. Bernal T., Metodología de la investigación para administración y economía (Colombia: Prentice Hall, 2000), p. 171
- Fernando, Guerrero Sánchez, Fundamentos de los métodos de investigación social (2009). 1ª Edición. Imprenta Ricaldone, El Salvador p. 120-121, 141-142
- Ignacio De La Vega G., El plan de negocio: Una herramienta indispensable (España: Instituto de Empresa, 2004), p. 1
- Roberto Hernández S., Carlos Fernández C., y Pilar Baptista L., Metodología de la investigación (México: McGraw-Hill, 2006) p. 374

TESIS

- Cruz Rovira, Víctor Armando, et.al. “ Plan de Negocio Ecoturístico para fortalecer la posición competitiva del área natural protegida Complejo Conchagua, Municipio de Conchagua, Departamento de La Unión”, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de El Salvador, 2008.
- Flores Salazar, Berta Cruz, et.al. “ Plan de Negocio para incrementar la demanda de las 4 rutas turísticas en El Salvador que ofrece la empresa Geoturismo en el municipio de San Salvador”, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de El Salvador, 2008.

PÁGINAS WEB

- http://alternativo_turismo.com/glosario.html
- <http://es.calameo.com/read/000016371447e628b58df>
- <http://es.wikipedia.org/Wiki/camping>
- http://es.wikipedia.org/wiki/M%C3%A9todo_cient%C3%ADfico
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Pu%C3%A9rtico>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Rapel_\(excursionismo\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Rapel_(excursionismo))
- http://es.wikipedia.org/Wiki/turismo_de_aventura
- http://movilidad.iniversiablogs.net/deportes_extremos
- http://www.elsalvador.travel/secciones.php?id_seccion=20&portal=2&lang=sp
- http://www.elsalvador.travel/secciones.php?id_seccion=3&lang=sp&portal=2
- <http://www.goldservice.com.sv/constitucion-sociedades2-sp.php>
- <http://www.guanatours-club.com/>
- http://www.ideas.com.ve/files/Manual_elaboracion_Planes_Negocio.pdf
- <http://www.potrerosdemulas.com.mx/menutirolea.html>
- http://www.sba.gov/espanol/Biblioteca_en_l%C3%ADnea/Plandenegocios.html;internet;
- http://www.trabajo.com.mx/ventajas_y_tiempo_para_hacer_el_plan_de_negocio.htm
- http://alterativo_turismo.com/glosario.html
- http://es.wikipedia.org/Wiki/deporte_extremo
- <http://ahuachapanecos.informe.com/forum/el-salvador-en-fotos-f21/parque-nacional-el-imposible-t134.html>

ANEXOS

**ANEXO N° 1
PLAYAS DE EL SALVADOR**

EL TUNCO (LA LIBERTAD)



EL SUNZAL (LA LIBERTAD)



**COSTA DEL SOL Y ESTERO JALTEPEQUE
(LA PAZ)**



ANEXO N° 2
VOLCANES Y CERROS DE EL SALVADOR

VOLCÁN DE IZALCO (SONSONATE)



VOLCÁN DE SAN SALVADOR



CERRO EL PITAL (CHALATENANGO)



**ANEXO N° 3
LAGOS DE EL SALVADOR**

**LAGO DE COATEPEQUE
(SANTA ANA)**



**LAGO DE SUCHITLÁN
(CUSCATLÁN)**

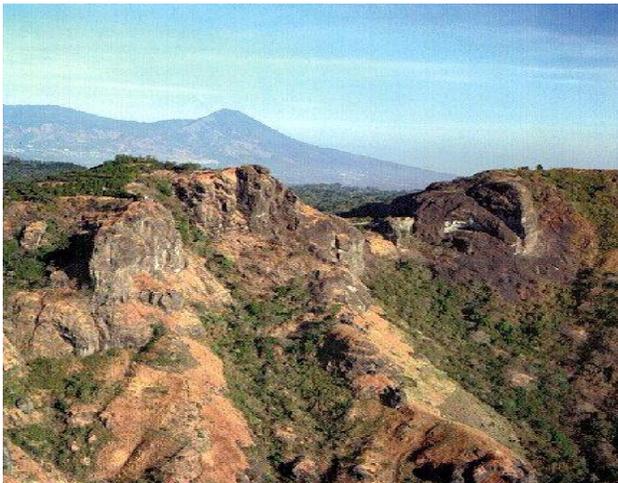


LAGO DE ILOPANGO (SAN SALVADOR)



ANEXO N° 4
OTROS DESTINOS TURISTICOS EN EL SALVADOR

PUERTA DEL DIABLO (SAN SALVADOR)



CHORROS DE LA CALERA (SONSONATE)



PARQUE NACIONAL EL IMPOSIBLE
(AHUACHAPÁN)



ANEXO N° 5



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



El presente Cuestionario tiene como propósito recabar información relevante sobre el nivel de conocimiento y aceptación que el turismo de aventura y deportes extremos posee en El Salvador, con el fin de diseñar un plan de negocio que cumpla con las expectativas de los participantes que aceptan el desafío, la información obtenida será sólo para fines académicos y será de absoluta confidencialidad.

INDICACIONES:

- Señale con una "X" según corresponda.
- Conteste las preguntas que lo requieran.

DATOS GENERALES:

1. SEXO :

1. Masculino

2. Femenino

2. EDAD:

1. Menos de 15 años

4. De 36 a 45 años

2. De 16 a 25 años

5. De 46 a 55 años

3. De 26 a 35 años

6. De 56 en adelante

3. ESTADO FAMILIAR:

1. Soltero

4. Divorciado

2. Casado

5. Viudo

3. Acompañado

4. TURISTA

1. Nacional

2. Internacional

5. OCUPACIÓN ACTUAL:

1. Estudiante

4. Comerciante

2. Empleado

5. Ama de casa

3. Estudiante y empleado

6. Otro_____

6. INGRESO PROMEDIO FAMILIAR MENSUAL

1. Menos de \$ 400

3. De \$ 801 a \$ 1200

2. De \$ 401 a \$ 800

4. De \$ 1200 en adelante

DATOS ESPECIFICOS

7. ¿Ha escuchado o tiene conocimiento acerca de lo que es turismo de aventura y deportes extremos practicados en lugares abiertos en contacto con la naturaleza?

1. Si

2. No

8. Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa, a través de que medio los ha escuchado o visto con mayor frecuencia, si su respuesta es negativa, favor marcar la opción N° 7.

(Elija una opción.)

1. Radio

4. Televisión

2. Boletines

5. Observación directa

3. Prensa escrita

6. Otros

7. No respondió

9. ¿Qué tipo de lugar es turístico visita con mayor frecuencia en El salvador?

1. Playas

4. Montañas, Cerros y volcanes

2. Lagos, Lagunas y Ríos

5. Bares, Restaurantes y Discotecas

3. Parques Acuáticos

6. Otros_____

10. ¿Qué tipo de medio de transporte utiliza con mayor frecuencia para desplazarse a las diversas zonas turísticas en El Salvador?

1. Vehículo Propio

4. Vehículo Rentado

2. Autobús de Turismo

5. Transporte de Agencia turística

3. Taxi

6. Rutas de Transporte Público

11. ¿Cuál es el objetivo de su visita a las zonas turísticas de El Salvador?

1. Negocio

3. Diversión y Esparcimiento

2. Actividades religiosas

4. Otros_____

12. ¿Aproximadamente con qué frecuencia visita algunos de los lugares turísticos en El Salvador?

1. Cada fin de semana

4. Cada 6 mese

2. Por lo menos 1 vez al mes

5. 1 vez por año

3. Cada 3 meses

6. Es la primera vez

13. ¿Con qué grupo de personas acostumbra a realizar actividades de esparcimiento con mayor frecuencia en algunos de los lugares turísticos en El Salvador?

- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|---------------------------------------|--------------------------|
| 1. Familia | <input type="checkbox"/> | 4. Amistades | <input type="checkbox"/> |
| 2. Compañeros de trabajo | <input type="checkbox"/> | 5. Comunidad de iglesia | <input type="checkbox"/> |
| 3. Grupos de estudiantes | <input type="checkbox"/> | 6. En parejas (Noviazgo / Matrimonio) | <input type="checkbox"/> |

14. ¿Cuál considera que es la época del año más adecuada para hacer turismo?

- | | | | |
|--------------------------|--------------------------|----------------------------|--------------------------|
| 1. Enero a Marzo | <input type="checkbox"/> | 4. De Octubre a Diciembre | <input type="checkbox"/> |
| 2. Abril a Junio | <input type="checkbox"/> | 5. Cualquier época del año | <input type="checkbox"/> |
| 3. De Julio a Septiembre | <input type="checkbox"/> | | |

15. ¿Es usted de las personas que disfruta de la naturaleza realizando caminatas o excursiones en montañas, bosques, cerros y/o volcanes en El Salvador?

- | | | | | | |
|-------|--------------------------|-------|--------------------------|------------------|--------------------------|
| 1. Si | <input type="checkbox"/> | 2. No | <input type="checkbox"/> | 3. Algunas veces | <input type="checkbox"/> |
|-------|--------------------------|-------|--------------------------|------------------|--------------------------|

16. ¿Acostumbra a solicitar los servicios de alguna agencia turística cuando decide hacer turismo?

- | | | | | | |
|------------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|------------------|--------------------------|
| 1. Siempre lo hago | <input type="checkbox"/> | 3. Algunas veces | <input type="checkbox"/> | 5. Nunca lo hago | <input type="checkbox"/> |
| 2. La mayoría de veces | <input type="checkbox"/> | 4. Pocas veces | <input type="checkbox"/> | | |

17. ¿Disfruta de las actividades recreativas donde las emociones fuertes y el alto nivel de adrenalina experimentada es la principal atracción?

- | | | | | | |
|-------|--------------------------|-------|--------------------------|------------|--------------------------|
| 1. Si | <input type="checkbox"/> | 2. No | <input type="checkbox"/> | 3. No sabe | <input type="checkbox"/> |
|-------|--------------------------|-------|--------------------------|------------|--------------------------|

18. Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa favor contestar en cuál de los siguientes deportes extremos ha experimentado mayor satisfacción al momento de practicarlo, y si su respuesta es negativa, favor marcar la opción N° 9.

- | | | | | | |
|-------------|--------------------------|--------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|
| 1. Rappel | <input type="checkbox"/> | 4. Cañoning | <input type="checkbox"/> | 7. Campamentos | <input type="checkbox"/> |
| 2. Buceo | <input type="checkbox"/> | 5. Caminatas | <input type="checkbox"/> | 8. Todos lo anteriores | <input type="checkbox"/> |
| 3. Tirolesa | <input type="checkbox"/> | 6. Puenting | <input type="checkbox"/> | 9. No respondió | <input type="checkbox"/> |

19. ¿Conoce de alguna empresa o agencia de turismo que le ofrezca practicar el turismo de aventura y algunos de los deportes extremos mencionados en la pregunta anterior?

- | | | | |
|-------|--------------------------|-------|--------------------------|
| 1. Si | <input type="checkbox"/> | 2. No | <input type="checkbox"/> |
|-------|--------------------------|-------|--------------------------|

20. ¿Alguna vez le han ofrecido paquetes turísticos que incluya visitas a zonas recreativas, y que cuente con la posibilidad de practicar estos deportes extremos?

- | | | | |
|-------|--------------------------|-------|--------------------------|
| 1. Si | <input type="checkbox"/> | 2. No | <input type="checkbox"/> |
|-------|--------------------------|-------|--------------------------|

21. ¿Estaría en la disponibilidad de aceptar un paquete que le ofrezca no solamente el viaje al destino turístico de su elección, sino que además le incluya la practica de algunos de los deportes extremos?

- | | | | | | |
|-------|--------------------------|-------|--------------------------|----------------------------|--------------------------|
| 1. Si | <input type="checkbox"/> | 2. No | <input type="checkbox"/> | 3. Estudiaría la Propuesta | <input type="checkbox"/> |
|-------|--------------------------|-------|--------------------------|----------------------------|--------------------------|

22. ¿Cuánto considera que sería el precio más justo por día para un viaje que le incluya transporte al destino turístico, alimentación, estadía y la utilización de los equipos para practicar deportes extremos?

1. Menos de \$ 15 3. Entre \$ 31 y \$ 45 5. Entre \$ 61 y \$ 75
2. Entre \$ 16 y \$ 30 4. Entre \$ 46 y \$ 60

23. ¿Qué aspectos evaluaría al momento de practicar los deportes extremos?

1. Seguridad en los equipos 4. Legalidad de la empresa
2. Prestigio de la empresa que
Que ofrece los servicios 5. Todas las anteriores
3. Experiencia de instructores

24. Cuando tiene la oportunidad de hacer turismo, ¿Adquiere algún tipo de productos artesanales de la zona visitada?

1. Siempre 3. Algunas veces 5. Nunca
2. La mayoría de veces 4. Pocas veces

25. Al consumir productos o servicios en algún lugar turístico, ¿cuál es la manera de pago que a usted más le favorece realizar?

1. Efectivo 2. Tarjeta de crédito o débito 3. Cheque

26. ¿Sería favorable hacer sus reservaciones y pagos con anticipación, al momento de dirigirse a un destino turístico en El Salvador y realizar dicha transacción a través de Internet?

1. Si

2. No

27. ¿Le gustaría recibir información sobre paquetes turísticos donde pueda practicar deportes extremos en El Salvador?

1. Si

2. No

3. Recibo la información regularmente

28. Si su respuesta a la pregunta anterior es afirmativa, ¿Cuál sería el medio a través del cual le gustaría recibir la información sobre paquetes turísticos?, si su respuesta es negativa favor marcar la opción N° 5.

1. Vía Correo electrónico

4. Otros

2. Vía correo domiciliar

5. No respondió

3. Envío a su lugar de trabajo

**ANEXO Nº 6 (RECONOCIMIENTO OTORGADO POR
EL SISTEMA NACIONAL DE PROTECCIÓN CIVIL)**



DIRECCIÓN GENERAL DE PROTECCIÓN CIVIL, PREVENCIÓN Y
MITIGACIÓN DE DESASTRES
POR MEDIO DEL
DEPARTAMENTO DE FORMACIÓN Y CAPACITACIÓN

hacen constar que:

Mauricio Aguilar Valdes

Participó como Instructor del curso:

RESCATE VERTICAL BÁSICO

DESARROLLADO EN EL CENTRO DE CAPACITACIÓN DEL MINISTERIO DE
GOBERNACIÓN.

SAN SALVADOR, DEL 06 AL 10 DE FEBRERO DE 2006



Dr. Mauricio Ferrer
Director General
Protección Civil



Permin Pérez
Jefe del Departamento
Formación y Capacitación



ANEXO N° 7
UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



La presente guía de entrevista está dirigida al propietario de GUANATOURS y tiene como propósito recabar información relevante para determinar los antecedentes que ayudarán al diseño e implementación de un plan de negocios orientado a la penetración en el mercado de turismo de aventura y deportes extremos en El Salvador.

1. ¿Cómo nació la idea de crear una empresa dedicada al turismo de aventura y deportes extremos en El Salvador?
2. ¿Cuándo inició operaciones GUANATOURS en El Salvador?
3. ¿Cuales son los deportes extremos que GUANATOURS ofrece a sus clientes?
4. Para realizar estos deportes ¿es necesario estar autorizado por alguna Institución?
5. Existen otras empresas autorizadas para ejecutar esta clase de deportes en El Salvador?
6. ¿Cuales son la autoridades que otorgan las certificaciones para la práctica de estas actividades?
7. ¿Posee las acreditaciones respectivas para brindar confianza a las personas que buscan los servicios de GUANATOURS?

8. ¿Considera que esta forma de hacer turismo ha recibido apoyo por parte del Ministerio de Turismo?
9. ¿Cuales son los lugares turísticos más adecuados para realizar esta clase de deportes?
10. ¿Existen restricciones que las personas que practican estos deportes deben cumplir?
11. ¿Cuenta con el equipo necesario para brindar seguridad a las personas que buscan los servicios de GUANATOURS?
12. ¿Cuales son los criterios a considerar para determinar la escala de precios que los turistas deben cancelar por los servicios de Guanatours?.
13. ¿Considera que GUANATOURS podría llegar a ser una empresa de mayor prestigio si contara con las herramientas administrativas que le brindaran mayor proyección turística?
14. ¿Existe un marco legal que regule la practica de estos deportes en El Salvador?

ANEXO N° 8 (RECONOCIMIENTO OTORGADO POR EL ESTADO DEL GOBIERNO DE LOS
ESTADOS UNIDOS MEXICANOS)



GOBIERNO DEL
ESTADO DE MÉXICO



Coordinación de Servicios Aéreos

Unidad de Rescate Aéreo

“Salvar vidas es nuestro compromiso”

Otorga el Presente
Reconocimiento

A TECNICO HÉCTOR MAURICIO AGUILAR VALDÉS

Por haber participado en el curso:

**“Medidas Integrales de Seguridad en la
Evacuación Aeromédica”**

REGISTROS
DF DGPC-33-CRM-670210-EC/06
EDO. MEX. 970207EXASZAN81E
STPS CRM-670210-9K6-0013

Toluca de Lerdo México; a 04 de SEPTIEMBRE del 2008

TUM II VÍCTOR FIGUEROA CORCHADO
Instructor del Curso

CAP. P.A. PAULA A. LOZANO TELLEZ
Encargado de Adiestramiento

CAP. P.A. ALEJANDRO GARCÍA RAMÍREZ
Instructor del Curso

ANEXO N° 9 (RECONOCIMIENTO OTORGADO POR EL CUERPO DE BOMBEROS DE COSTA RICA)



**Benemérito Cuerpo de Bomberos de Costa Rica
Centro de Coordinación para la Prevención de
Desastres Naturales en América Central
(CEPREDENAC)**



Certifica que

Héctor Mauricio Aguilar Valdés

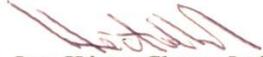
Aprobó el

**Taller para Instructores del Curso de Técnicas de Rescate para
Inundaciones
“TREPI”**

Efectuado en Turrialba – Costa Rica del 26 al 30 de enero del 2004, con una duración de 40 horas.


David Bolaños López
Coordinador Curso TREPI


Juan A. Campos Zumbado
Consultor CEPREDENAC


Ing. Héctor Chaves León
Director del Cuerpo de Bomberos
Costa Rica

ANEXO N° 10 (REPORTE DE TURISTAS CONTABILIZADOS EN 2008 POR MINISTERIO DE TURISMO)

3. Llegadas

MES	EXCURSIONISTAS				TURISTAS				TOTAL GENERAL 2007	TOTAL GENERAL 2008	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
	2007	2008	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	2007	2008	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA				
ENE	29,061	47,468	18,407	63.3%	105,181	105,604	423	0.4%	134,242	153,072	18,830	14.0%
FEB	32,027	53,720	21,693	67.7%	94,477	95,813	1,336	1.4%	126,504	149,533	23,029	18.2%
MAR	21,769	54,471	32,702	150.2%	103,529	128,385	24,856	24.0%	125,298	182,856	57,558	45.9%
ABR	23,355	49,059	25,704	110.1%	102,043	121,726	19,683	19.3%	125,398	170,785	45,387	36.2%
MAY	44,687	48,916	4,229	9.5%	97,960	108,648	10,688	10.9%	142,647	157,564	14,917	10.5%
JUN	22,684	49,829	27,145	119.7%	111,715	128,235	16,520	14.8%	134,399	178,064	43,665	32.5%
JUL	23,041	39,568	16,527	71.7%	115,545	139,929	24,384	21.1%	138,586	179,497	40,911	29.5%
AGO	33,620	31,598	-2,022	-6.0%	144,755	99,842	-44,913	-31.0%	178,375	131,440	-46,935	-26.3%
SEP	24,560	26,448	1,888	7.7%	102,359	102,513	154	0.2%	126,919	128,961	2,042	1.6%
OCT	33,117	31,079	-2,038	-6.2%	106,711	112,677	5,966	5.6%	139,828	143,756	3,928	2.8%
NOV	34,507	29,795	-4,712	-13.7%	115,885	105,391	-10,494	-9.1%	150,392	135,186	-15,206	-10.1%
DIC	58,856	28,280	-30,576	-52.0%	138,383	136,010	-2,373	-1.7%	197,239	164,290	-32,949	-16.7%
TOTAL	381,284	490,231	108,947	28.6%	1,338,543	1,384,773	46,230	3.5%	1,719,827	1,875,004	155,177	9.0%

4. Gasto turístico (US\$)

MES	EXCURSIONISTAS				TURISTAS				TOTAL GENERAL 2007	TOTAL GENERAL 2008	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA
	2007	2008	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA	2007	2008	VARIACION ABSOLUTA	VARIACION RELATIVA				
1er. Trimestre	\$4,209,328	\$8,915,418	\$4,706,089	111.8%	\$175,152,478	\$200,543,970	\$25,391,492	14.5%	\$179,361,806	\$209,459,388	\$30,097,581	16.8%
2o. Trimestre	\$3,915,466	\$6,440,490	\$2,525,024	64.5%	\$174,780,645	\$197,274,640	\$22,493,995	12.9%	\$178,696,111	\$203,715,130	\$25,019,019	14.0%
3er. Trimestre	\$2,712,781	\$3,260,308	\$547,526	20.2%	\$172,444,355	\$162,756,042	-\$9,688,313	-5.6%	\$175,157,136	\$166,016,350	-\$9,140,786	-5.2%
4o Trimestre	\$5,153,779	\$3,665,007	-\$1,488,772	-28.9%	\$187,521,555	\$151,024,276	-\$36,497,279	-19.5%	\$192,675,334	\$154,689,283	-\$37,986,051	-19.7%
TOTAL	\$15,991,354	\$22,281,222	\$6,289,868	39.3%	\$709,899,032	\$711,598,928	\$1,699,895	0.2%	\$725,890,387	\$733,880,150	\$7,989,763	1.1%

ANEXO N° 11

CARTA JURAMENTADA POR EL CLIENTE DE GUANATOURS



San Salvador ____ de ____ de 2010

Yo, _____ con DUI _____ declaro que soy consciente de mi estado de salud y por lo tanto soy responsable de los efectos posteriores que en mi estado físico y emocional puedan ocurrir al practicar (Nombre del deporte extremo) _____ en (Lugar donde se practica) _____, por lo tanto exonero a Guanatours de toda responsabilidad, que la practica de estos deportes conlleva.

Firma _____

Nota: Guanatours se compromete a ofrecer todas las medidas de seguridad en la utilización de sus equipos exigidas en estas actividades.

ANEXO N° 12 (EMPRESAS INSCRITAS EN EL REGISTRO NACIONAL DE TURISMO DE EL SALVADOR)

EMPRESA	TELEFONO	TIPO DE SERVICIO	DIRECCION WEB
Salvadorean Tours	2243-6113, 2243-6159, 2243-6074	Operador De Turismo	www.salvadorean-tours.com
Linea Ejecutiva S.A. De C.V.	(503) 2510-7627; (503) 2510-7601; Asistencia 24 Horas (503) 7398-6721; Fax: (503) 2263-1209	Transporte Turistico Terrestre	www.lineaejecutiva.com.sv
Thrifty Car Rental	(503) 2263-7799 Fax: (503) 2263-8228;	Arrendadora De Vehiculos Terrestres	www.thrifty.com
Avitours	503) 2510-7619; (503) 2510-76020; Fax:(503) 2265-8320	Operador De Turismo	www.avitours.com.sv
Hotel Mirador Plaza	2244-6000 Y 2244-6099	Alojamiento	www.miradorplaza.com
Pullmantur	2243-1300 Y 225269900	Transporte Turistico Terrestre	www.pullmantur.com
Hotel Terraza	2263-0044 Y 2263-3223	Hotel	www.terrazza.com.sv
Eco Mayan Tours	2298-2844, 2283-0220; Fax: (503) 2223-5889	Operador De Turismo	www.ecomayantours.com
Hotel Windsor Plaza.	2526-6100	Alojamiento	
Sol & Tours	2298-63 85 // 21 01 24 00 fax, 2298-6385	Operador De Turismo	www.solytours.com
Mariscal Hotel & Suites	(503) 2298-2844; 2283-0220; Fax: (503) 2223-5889	Alojamiento	www.hotelmariscal.com
Hotel Oasis	2225 9000; Fax: 2225 7515; Mobile: 7210 4133	Alojamiento	www.oasis.com.sv
Inter Tours	2263-6188	Operador de Turismo	www.intertours.com.sv
Medic's Service & Tourism	2235-1222 Y 22351879	Operador De Turismo	www.mesetca.com
Parque Acuatico Aventura Tropical	2263-3909/2243-3636/2263-3909	Parque Acuatico	
Renta de Autos Sandoval & Co	22 35 44 05// 22 35 54 05// 22 25 38 41	Arrendadora De Vehiculos Terrestre	www.sandovalrentacar.com
Hotel Villa Serena,(Flor Blanca)	2260-7544/45	Alojamiento	www.hotelvillaserena.com.sv
Hotel San Mateo	2298-3825	Alojamiento	www.hotelsanmateo.com
Casa de Huespedes Australia	2260-8433/2224-3931/2298-6035	Alojamiento	
Prometusal	2319-8272 FAX: 2276-7862	Servicios De Promoción Y Mercadeo De Empresas Turisticas	www.prometusal.com.sv
Hotel Lonigo	2264-4197 Y 22632456	Alojamiento	www.hostal-lonigo.com
Hotel Capital	2247-7100 Y 2243-8018	Hotel	
Hotel La Escalón Morrison	22 23-71 11	Hotel	www.hoteldelaescalon.com

Nueva America'S Tours	2283-8947	Operador De Turismo	www.nuevamaericas.com
Roble International Resort (PROYECTO)	2237-6000// 2237-3010//2213-6294	Alojamiento y campo de gol	www.grupo.roble.com
Novo Aparta-Hotel	Tels. (503) 2521-2000; (503) 2260-2288, Fax (503)2521-2063	Alojamiento	www.novoaparthotel.com
Hostal La Portada	2298-6557/58	Alojamiento	www.hostalesalvador.com
Discovery Club De Viajes Internacionales	22605554, 25176191; Fax, 22605554	Operador De Turismo	www.discoveryturismo.com.sv
Planet Tours	22 12 05 13// 22 12-0590 fax 22 12 -0599	Operador De Turismo	www.planettours.com.sv
Destino Maya	22 98 03 35/ 22 79-32 36	Operador De Turismo	
Suites Las Palmas	22 50-08 00 fax 22 50 08 88	Alojamiento	www.hotelsuiteslaspalmas.com.sv
Transporte Merino	2272-4336-	Transporte Turistico Terrestre	
Travel Mall	2524 1800 Fax: (503) 2524 1814	Operador de Turismo	www.elsalvadoradventures.com.sv
Hi-Class Transportation	2294-8371 Y 22590928	Transporte Terrestre	
Hotel Hilton Princess San Salvador	2268-4545 Y 22684500 fax: 22684742	Alojamiento	www.sansalvador.hilton.com
Hotel Radisson	25 57 07 00	Alojamiento	www.radisson.com/sansalvador
Hotel Villa Serena (Escalón)	2257-1938 Al 40	Alojamiento	www.hotelvillaserena.com.sv
Albaclara	25 31 95 97/2274-7381/2101-3186	Parque Recreativo De Montaña	www.parquealbaclara.com
Centro De Convenciones	2225-3509/ 2225-3516/2226-0996	Centro de Convenciones	www.convencioneselsalvador.com
Avis Rent A Car	2500-2847/2260-7165/ 2260-5050	Arrendadora De Vehiculos	www.avis.com.sv
Hotel Alicante Guest House	2243-0889/ 2243-2378 Y 2243-5838	Alojamiento	www.alicante.com.sv
La Golondrina	2237-1259	Transporte Turistico Terrestre	
Dya Tours	2274-5324	Operador De Turismo	www.dyatours.com.sv
Pablito's Tours	2170-3121	Transporte Turistico	
Hotel Via Luz	2298-9423	Alojamiento	www.hotelvialuz.com
Hotel Villa Serena (San Benito)	2237-7979	Alojamiento	www.hotelvillaserena.com.sv
Hotel Villa Florencia (Zona Rosa)	2257-0236/22437146/ fax: 2257-0237	Alojamiento	www.hotelvillaflorencia.com
Cuscatlan Travel	2100-4226 cel. 7634-0337 / 1634-0656	Operador de Turismo	www.cuscatlantravel.com www.cuscatlantours.com
STM, S.A. DE C.V.	22130581; 2534-3710	Transporte Turistico	
Delights	2264-3786//22635062	Restaurante	www.delightsdelis.com
Linda Travel Agency	2298-2714/22245634	Operador De Turismo	www.lindatravel.com.sv
Hotel Villa Florencia (San Salvador)	22 21 17 06 / 22 71 01 90 // 22 57 02 37	Alojamiento	www.hotelvillaflorencia.com
Hotel Real Intercontinental	22 11 33 33	Alojamiento	www.realhotelsandresort.com
Latitude Sports	22 83 93 29	Operador De Turismo	www.latitude-sports.com
U-TRAVEL SERVICE, S.A. DE C.V.	2212-0566- 2212-0503	Operador de Turismo	www.utravel.com.sv
FINCA JOSE DOLORES, HOSTAL Y BAR	2280-8534	Alojamiento	www.fincajosedolores.com
TURISMO EXPRESS	2225-5201	Transporte Turistico Terrestre	
Transporte Peña Revelo	22 86 99 74 fax 2286-9985	Transporte Turistico Terrestre	
Becky's Tours	2102-7099; 2100-4797 fax:2235-0263	Transporte de Turismo	www.beckytours.com

Transinter S. A. de c. V.	22 43 61 59	Transporte Turistico Terrestre	
El Salvador Ecolours Expedición & Adventures	25 12 90 39 //22 64 74 72	Operador De Turismo	www.conservi.com.sv
Tour In El Salvador	(503) 2284 - 6405; (503) 2228-3193 Móvil (503) 7268-3621	Operador de Turismo	www.tourinelsalvador.com
Grupo It & Tours S.A. DE C.V.	2101-406/ 2252-3099	Operador de Turismo	www.svparadise.com
Xtreme Training	2264-1587	Operador de Turismo y turismo extremo	www.xtelsalvador.com
BLUE SAIL SPORFISHINF CHARTERS	22982365/ fax 22982364	operador de turismo y transporte acuatico	www.bluesailchartes.com
Es turismo	(503) 2263-7041; Cel: (503) 7150-6065	Operador de turismo	www.esturismo.com.sv
Turismo El Salvador	2534-3215 y 7938-2822	Operador de Turismo	www.turismoelsalvadorsv.com
Exposervicios	2275-4197	Organizador Profesional de Congresos y Convenciones	www.exposervicios.net
HERTZ	2264-2818-2264-2264 fax. 2264-2897	Arrendadora de vahiculos	www.proturismo.com.sv
Café y Restaurante Miranda	22984577; fax. 2298-5581	Restaurante	www.cafemiranda.com.sv
Transporte Delgado	21029633; cel: 7180-0895	Transporte de Turismo	www.transportes-delgado.com
Vista de Ataco (proyecto)		Alojamiento	
Hostal Villa Terra	2244-6000	Alojamiento	www.miradorplaza.com
THRIVE	2264-8585/7894-5525	Organizador Profesional de Congresos y Convenciones	www.thivegroup.net
Parque Ecologico Alma De Montaña (proyecto)	2261-1755/2261-1756	Parque Recreativo	
Helicorp	2287-5047/7737-0734	Transporte Aereo	www.helicorp.com.sv
Translansd	2260-2525	arrendadora de vehiculo	www.transland.com.sv
Aqua Sport)(proyecto)	22988412	Arrendadora de Vehiculos Acuaticos	
Arbol de Sueños (Proyecto)	22632545	Alojamiento	www.arboldesueños.com
Color Event Tours	2124-8389//2226-2548//7180-0282	Organizador Profesional de Congresos y Convenciones	
El Salvador Expedition	2531-0105// fax: 2124-8918 cel. 78385883	Operador de Turismo	www.elsalvadorxpedition.com.sv
Learn and Travel	2252-76600 y fax. 2252-7661	Operador de Turismo	www.learnandtravel.com
Nanch Tours	2242-6030 / 2242-6031y 2270-3926	Operador de Turismo	www.transportesjap.com
HOTEL VILLA SUIZA	2223-7117 // 2224-1463	Alojamiento	www.hotelvillasuiza.com
PEÑA HERMANOS	2286-9974// fax. 2286-9985	Transpote Turistico	
Budget Rent a Car	2264-3888	Arrendadora de vehiculos	www.budget.com.sv
AD-LANTE S.A. DE C.V.	7736-8368	Operador de Turismo con especialidad en Ciclismo	www.elsalvadorcyclingcamp.com
EVA TOURS, S.A. DE C.V.	2209-8800 fax 2209-8815	Operador de Turismo	www.evaturismo.travel
Hotel San Jose Hostal	2235-0590; 7890-2144	Alojamiento	www.sanjosehostal.com
Torrito's Grill	2264-2358; 7341-7925	Restaurante	
EL CIRCO	2273-3248	Restaurante y Bar	

ANEXO N° 13 (PÁGINA WEB DE GUANATOURS)

Guanatour's-Club | Deportes Extremos y Turismo de Aventura - Windows Internet Explorer

http://www.guanatours-club.com/index.php

Inicio | Quienes somos | Novedades | Deportes | Tarifas | Campo Extremo | Nuestro Club | Fotos | Contacto

¡BIENVENIDO A NUESTRA PÁGINA WEB!

>> EXPLOTA TU ADRENALINA CON NUESTRA GRAN VARIEDAD DE DEPORTES EXTREMOS!

Si te gustan los deportes extremos, éste es tu portal! En esta página puedes encontrar toda la información sobre esta empresa dedicada a los deportes extremos y el turismo de aventura en El Salvador.

Nuestra empresa ofrece también eventos deportivos y dinámicas de grupo para escuelas y empresas según sus propias ideas. Véase [aquí](#) y pregunta por nuestras ofertas especiales.

También estamos especializados en la asesoría técnica y la construcción de campos extremos y parques de aventura. Para más información haz clic [aquí](#).

Novedades y Eventos

- 25.01.2009 Rappel y Canopy
- 15.02.2009 Cañoning y Barranquismo
- 25.01.2009 Puenting

 a tu servicio

Mauricio y Gesa Aguilar
Proprietarios

Internet 100%

ES
04:38 p.m.
Jueves
15/10/2009

ANEXO Nº 14 (PÁGINA WEB DE DE-TUR)



De Tur Extremo El Salvador - Menu - Windows Internet Explorer

http://detur-sv.com/menuextremo.html

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Favoritos http-www.elsalvador.travel-u... http-www.elsalvador.travel-u... TURISMO DE AVENTURA, ... Sitios sugeridos Hotmail gratuito Galería de Web Slice

De Tur Extremo El Salvador - Menu

Internet 100%

Inicio http://www.ideas.co... De Tur Extremo El Sal... Capitulo III Grupo 37 Correcciones al Cap I... ES 09:23 a.m. Viernes 30/10/2009

Ante proyecto finaliz... Documento1 - Micros... Documento2 - Micros...

DE TUR Extremo MENU

- Destinos
- Descarga
- Mapas
- Galeria
- Foro
- Consejos
- Hostales
- Enlaces

Bienvenido a De Tur: Extremo

El Salvador siendo el país más pequeño de América, no es discriminado en relieve geográfico, llamado también "Valle de las Hamacas", y "Jardín de Volcanes" El Salvador cuenta con locaciones ideales para disfrutar un derroche de adrenalina practicando deportes extremos de todo nivel. Desde el mar hasta la montaña.

Es por esto que De Tur Extremo © es una sección dedicada completamente a los lugares de El Salvador donde se pueden realizar cualquier tipo de deporte extremo con fotografías, mapas, lista de consejos y de hostales, los cuales te permitirán disfrutar al máximo por pura experiencia la adrenalina rodeado de la naturaleza.

Los destinos estan divididos por las 3 zonas del país: zona oriental, zona occidental y zona central; por nivel de peligrosidad y por deporte.

Algunos deportes extremos que se pueden practicar en El Salvador son: Surf, Windsurfing, Kayaking, Waterskiing, Rappel, Rafting, Biking, etc.

En cada punto de practica del deporte, podras encontrar una galeria fotografica del lugar, y una lista de hostales en el lugar o cercanos al lugar donde puedes hospedarte para disfrutar al máximo tu visita.

¡Cualquiera que sea tu tipo de aventura El Salvador la tiene!

ANEXO N° 15

LA PRENSA
GRÁFICA

NOTICIAS DE VERDAD

Antiguo Cuscatlán, 03 de Octubre de 2009

Señores

Att. Srita. Jenny Guerrero

Con un atento saludo y mis mejores deseos de éxitos en el desarrollo de sus actividades, les estoy presentando a continuación nuestra propuesta para la publicación de anuncios en la siguiente sección:

MEDIDA	SECCION	PAUTA	VALOR Blanco negro	VALOR Full color
¼ PAGINA	Economía	Una pauta	\$ 594.95	\$ 1,189.89
	Sucesos impar		\$ 462.74	\$ 925.47
	Plan Bella		\$ 396.63	\$ 793.26
1/2 PAGINA	Economía	Una pauta	\$ 1,189.89	\$ 2,379.78
	Sucesos impar		\$ 925.47	\$ 1,850.94
	Plan Bella		\$ 793.26	\$ 1,586.52
1 PAGINA	Economía	Una pauta	\$ 2,379.78	\$ 4,759.56
	Sucesos impar		\$ 1,850.94	\$ 3,701.88
	Plan Bella		\$ 1,586.52	\$ 3,173.04

Los precios incluye (IVA)

Esperando que la oferta sea de su completo agrado y que tengamos muy pronto la oportunidad de poder servirles, me suscribo a sus apreciables órdenes

René Américo Sosa

Ejecutivo de Publicidad

Tel. directo (503)2241-2384

Cel. 7981-7578

ANEXO Nº 16



COTIZACION

San salvador 09 de Noviembre de 2009

**Sres.
Guanafours
Presente.**

Atendiendo a su(s) requerimiento(s), nos es grato presentarle(s) nuestros precios:

Cantidad	Producto	Precio Unitario
2500	Hojas volantes Tamaño 1/2 pag de papel bond tamaño carta full color	\$95,00
1000	Broshures Tamaño 1 pag papel bond doblada tamaño carta con impresion en los 6 lados full color	\$175,00

Condiciones de Pago: Credito 30 dias

Fecha de Entrega: SEGÚN CALENDARIZACION

Validez de la Oferta: 15 DIAS

PRECIOS **NO** INCLUYEN I.V.A.

Hecho por

Vendedora

Aceptado

Por Impresora

Client

El Sistema

IMPRESORA EL SISTEMA, S.A. de C.V.

4ª. Calle Poniente y 14 Av. Sur No. 7-6, Santa Tecla, El Salvador, C.A.

PBX: (503) 22 29-15 40 FAX: (503) 22 28 48 73 e-mail: el_sistema@elsalvador.com



ANEXO N° 17

San Salvador, 09 de noviembre de 2009

Señores:
GUANA TOURS

Presente.

Att. Jenny Guerrero

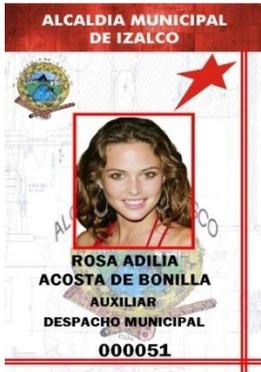
Estimado Señores:

Reciban Nuestros mas cordiales saludos, a la vez desearles muchos éxitos en sus labores cotidianas.

Me dirijo a usted para presentar nuestros servicios profesionales en la elaboración de Carné de Identificación.

- Impresión de Carné de identificación en PVC full color a ambas caras,
- Fotografía digital de alta resolución y retocadas,
- Digitalización de firmas autorizadas,
- Codificación de bandas magnéticas o códigos de barra, los cuales sirven para control de asistencia y horario de personal,
- Contamos con los accesorios necesarios para la portacion de los carné, tales como clips, fundas, cintas con grabado de logotipo y sin grabado,
- Además contamos con la distribución de equipos impresores de carné marca RIBBONS ZEBRA, y suministros para la elaboración de los mismos; KIT DE LIMPIEZA, RODILLOS AUTOADHESIVOS, CABEZAL DE IMPRESIÓN, así también le ofrecemos el servicio de arrendamiento y venta de maquinas fotocopadoras remanufacturadas marcas Kyocera, Mita y Toshiba
- Venta de toner, suministros y repuestos.

Nuestros diseños y artes le brindan a la tarjeta distinción y estilo moderno que realza la imagen institucional, anexamos nuestra cotización general de identificación de carne, de igual manera algunos de nuestros diseños, todos los precios ya incluyen IVA.



DUI: 12345678-9
ISSS: 123456789
NIT: 0112-123456789-9

Este carné identifica al portador/a como empleado/a del Ministerio de Salud, por lo que se rige a las autoridades civiles y militares, guardadas las consideraciones correspondientes y brindar el apoyo necesario en el desempeño de sus funciones.



Firma de directora hospital

DUI: 013546545
NIT: 0564654554
ISSS: 1213459678


FIRMA AUTORIZADA

SE RUEGA A LAS AUTORIDADES CIVILES Y MILITARES GUARDAR LAS CONSIDERACIONES NECESARIAS, A LAS QUE EL PORTADOR SEGUN LA LEY DEBE OBEDECER. EN CASO DE EXTRAVIO DEL PRESENTE CARNET FAVOR NOTIFICAR AL TEL: 2922-0281

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO (\$)	PRECIO TOTAL (\$)
12	Carnets de identificación en material de PVC original marca Zebra. Tarjetas color blanco. Impresión full color al frente, y en el reverso del carné los respectivos datos personales (Dui, Código, Nit y fecha de emisión, etc.) negro atrás. Medida: 3 1/2"x2" (tamaño DUI o tarjeta de crédito). Incluyendo firma y sello digital de RRHH a cada carnet. Holograma de protección adicional al carnet que permite la durabilidad en condiciones no adecuadas.	2.25	27.00
	Fotografías de empleados en c.d formato bmp o jpg	Sin costo	Sin costo
12	Estuches verticales u horizontales	0.25	3.00
12	Clip Porta Carnets	0.25	3.00
12	Cintas porta carnets lisas (Opcional)	1.00	12.00
1	ARTE	5.00	5.00

FORMA DE PAGO : Crédito 30 días

TIEMPO DE ENTREGA: 5 Días hábiles después de aprobado el arte y tener la base de datos digitada en Excel.

OBSERVACIONES GENERALES :

- 1-Toma de fotografías a domicilio sin costo fotografía digital de 7.1 mega píxeles de resolución, y debidamente retocada.
- 2- Impresión de carnets de borde a borde.
- 3- Los logos y la base de datos tienen que ser proporcionada por la institución en el programa de Excel.
- 4- Se cobra arte de \$ 10.00, para 10 carnets, se cobra arte de \$ 5.00, para

menos de 20 carnets.
NOTA: Las cintas bordadas y serigrafiadas se demoran diez días hábiles en la elaboración, después de aprobación del arte final.
GARANTIA DEL PRODUCTO : 2 años anexo encontrará indicaciones para Prolongar la vida de sus carnets.

ATENCION

Estimados señores:

El carné de identificación necesita de un cuidado especial para prolongar su vida útil.

- 1. No dejarlo mucho tiempo expuesto al sol, humedad o agentes químicos.**
- 2. Evitar rallarlo debido a que esto borra la información que contiene**
- 3. No ensuciar el carné con talcos, polvo, cosméticos, comida, etc. Si esto sucediera, por favor límpielo suavemente con un algodón con alcohol.**
- 4. Mantenga siempre su carné dentro de la bolsa protectora, ya que evitará cualquier contacto con sustancias que puedan dañarlo.**



Blanca de Reyes

IDENTICARD

47 avenida sur 621, Colonia Flor blanca
Tels, 2298-3455/ 56/59/61
Fax, 2224-1729
E-mail: identicsv@yahoo.es



ANEXO N° 18

San Salvador de 11 de Noviembre de 2009.

Señores:
GUANATO
URS
PRESENTE



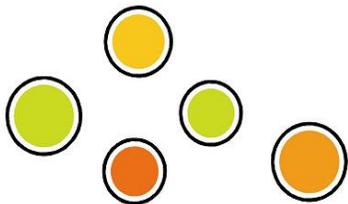
Por medio de la presente le damos un cordial saludo, deseándole éxitos y bendiciones en su empresa, a la vez sometemos a su consideración nuestra oferta; según detalle:

DESCRIPCION	CANTIDAD	PRECIO UNITARI
Camisa y/o blusa tipo polo con un bordado computarizado en la parte frontal.	12	\$9.29
Camiseta de algodón, con una impresión serigráfica full color en la parte frontal o posterior.	24	\$6.50

Observaciones:

- Precio *No Incluye* I.V.A.
- Tiempo de entrega: 10 días.
- Forma de Pago: 50% Anticipado, 50% Contra entrega.
- Duración de la oferta: 30 días.

Agradeciendo su amable atención a la presente y en espera de una solución favorable a la presente oferta, me suscribo de usted. Cordialmente.-



TELÉFONO: 2516-8345 TELEFAX: 2286-2711 CEL: 7128-7455
E-mail: barahona_diego@yahoo.es / barahonam_diego@hotmail.com

REPARTO SANTA CLARA BLOCK A N° 122. CUSCATANCINGO

ANEXO Nº 19



REQUISITOS Y DOCUMENTACION A PRESENTAR PARA INSCRIBIRSE EN EL REGISTRO NACIONAL DE TURISMO:

REQUISITOS GENERALES:

Persona Natural:

1. Solicitud por parte del propietario o Apoderado, con firma autenticada por Notario en el caso de no presentarla el solicitante (se adjunta modelo).
2. Matrícula de Empresa y Establecimiento en el Registro de Comercio, relacionada con el servicio turístico que desea inscribir.
3. DUI y NIT del propietario, y del apoderado, en su caso.
4. Tarjeta de IVA

Persona Jurídica:

1. Solicitud por parte del Representante Legal o el Apoderado, con firma autenticada por Notario en el caso de no presentarla el solicitante (modelo adjunto).
2. Matrícula de Empresa y Establecimiento en el Registro de Comercio, relacionada con el servicio turístico que desea inscribir.
3. Escritura Pública de Constitución de la Sociedad debidamente inscrita en el Registro de Comercio
4. Credencial del Representante Legal o Poder en su caso.
5. DUI del Representante Legal o del Apoderado, en su caso.
6. Tarjeta de IVA y NIT de la sociedad

REQUISITOS ESPECIFICOS:

Transporte Turístico Terrestre:

1. Presentar declaración jurada que contenga los siguiente: (modelo adjunto)
 - Que la empresa así como el transporte sea destinado para turismo, en el caso que la actividad sea compartida con otra deberá de comprobar a través de documentación las otras actividades y presentar permisos correspondientes.
 - Rutas turísticas que realizan (las principales)
 - Tiempo de servicio.
 - Actividad profesional, no eventual
 - Turismo receptivo
2. Tarjetas de Circulación vigentes.
3. Organigrama de la Empresa, firmado por propietario o Representante Legal.

4. Cartas de los operadores de turismo, hoteles o empresas turísticas a quienes les brindan sus servicios (3 mínimas), o carta de recomendación de las gremiales de turismo.
5. Presentar póliza de seguro de responsabilidad civil y daños a terceros, vigentes a la fecha.
6. Carta taller sobre el estado de los vehículos (con vigencia de un mes).

Del conductor:

- 1) Licencia de conducir vigente.
- 2) Solvencias de la Policía Nacional (con vigencia de un mes)
- 3) Constancia de multas de SERTRACEN (con vigencia de un mes)

Condiciones de los vehículos

- 1) No debe de pasar de 5 años de, antigüedad, en el momento que ingresen al servicio; ni más de diez años (Requisito establecido en el Reglamento de Transporte Terrestre)
- 2) Aire acondicionado
- 3) Botiquín de primeros auxilios.
- 4) Los vehículos debidamente identificados como turísticos con logos o nombre comerciales de la empresa, no removibles.

Operador de Turismo:

- 1) Presentar declaración jurada que contenga los siguiente: (modelo adjunto)
 - Rutas turísticas
 - Horario de servicios
 - Tiempo de servicio.
 - Actividad profesional, no eventual
 - Turismo receptivo
- 2) Cartas hoteles o empresas turísticas a quienes les brindan sus servicios (3 mínimas), o carta de recomendación de las gremiales de turismo.
- 3) Si la empresa tiene servicio de transporte turístico, la empresa, los vehículos y los conductores deben cumplir con los mismos requisitos para el transporte turístico
- 4) Organigrama de la Empresa, firmado por propietario o Representante Legal.
- 5) Guías certificados
- 6) Presentar póliza de seguro de responsabilidad civil y daños a terceros.

Transporte Aéreo o Acuático:

- 1) Declaración Jurada, requisitos mínimos que contiene la de transporte turístico terrestre.
- 2) Fotocopia de documentos probatorios de la titularidad de los vehículos de la empresa que presta el servicio.
- 3) Permisos necesarios para operar por las autoridades correspondientes (Aeronáutica Civil, Autoridad Marítima Portuaria, Cendepesca, etc.)



Edificio Carbonel No. 1 Alameda Dr. Manuel Enrique Araujo y Pasaje Carbonel, Col. Roma, San Salvador
PBX: (503) 2243-7835 FAX: (503) 2223-6120, E-mail: info@corsatur.gob.sv . www.elsalvadorturismo.gob.sv
CERTIFICADA BAJO LAS NORMAS ISO 9001-2000 POR LA ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE NORMALIZACIÓN Y CERTIFICACIÓN



- 4) Contrato de sitio de base así como de los lugares propios para operar (hangares, muelles).

Turismo Extremo:

- 1) Presentar póliza de seguro de responsabilidad civil y daños a terceros.
- 2) Organigrama de empresa, firmado por propietario o Representante Legal.
- 3) Permisos correspondientes de funcionamiento.

Nota:

La inscripción de la empresa y su titular, es previo pago de la recepción de la documentación, en el Registro Nacional de turismo

La documentación se deberá de presentar en original y copia para confrontarla y devolver el original.

La solicitud junto con la documentación debe ser presentada en las oficinas del RNT, en CORSATUR

La documentación requerida deberá ser presentada completa, de lo contrario no se recibirá.

Toda documentación debe ser presentada en español o debidamente traducida

COSTO POR INSCRIBIRSE:

La inscripción de la Empresa Turística en el Registro Nacional de Turismo se hará previo pago de los derechos de registro correspondientes así:

- a) Inscripción de Empresas Turísticas, de acuerdo a sus activos totales:

Hasta \$ 12,000.00	\$ 15.00
De \$ 12,001.00 a \$ 25,000.00.....	\$ 25.00
De \$ 25,001.00 a \$ 50,000.00	\$ 50.00
De \$ 50,001.00 a \$ 200,000.00.	\$ 100.00
De \$ 200,001.00 en adelante.....	\$ 200.00

- b) Inscripción del Titular \$ 25.00

Los derechos antes mencionados se deben pagar en la Tesorería Institucional de CORSATUR, en efectivo o por medio de cheque certificado.



MODELO DE SOLICITUD:

SEÑOR JEFE DEL REGISTRO DE NACIONAL DE TURISMO:

Yo, _____, mayor de edad, _____, del domicilio de _____, con Documento Único de Identidad, ___ en mi concepto de _____. (calidad con la que actúa) de la _____, propietario de la empresa _____, con nombre Comercial _____, con todo respeto le solicito:

Se inscriba en el Registro Nacional de Turismo la empresa _____ y su titular _____, para dar el servicio de _____ la cual se dedica a (hacer una breve descripción del tipo de servicio que presta, dato obligatorio): _____. y se encuentra en funcionamiento desde ___ (no está funcionando) (o estará) y se me extienda el certificado correspondiente a la inscripción.

Declaro bajo juramento que toda la información contenida en esta solicitud, así como la documentación anexada, son verdaderos y autorizo a la Corporación Salvadoreña de Turismo, para indagar sobre la certeza de la misma, comprometiéndome a suministrar cualquier otra información que pueda ser requerida.

Proporcione la siguiente información: (datos obligatorios)

1. Dirección del Establecimiento:
2. Dirección del Titular:
3. Teléfonos:
4. Correo Electrónico y Sitio Web:
5. Dirección para oír Notificaciones:
6. Persona de contacto (se recomienda poner el nombre de una persona para que pueda dar información en cuanto al servicio que ofrecen)

Señalo para oír notificaciones _____ y autorizo a _____ para poder presentar, recibir y retirar documentos.

Adjunto la siguiente documentación: _____

San Salvador, ___ de _____. de dos mil _____

Nombre y cargo

NOTA: La Solicitud por parte del Representante Legal o Propietario deberá de presentarla con firma autenticada por notario en el caso de no presentarla el solicitante



Yo , _____, de ___-años de edad, del domicilio de _____,
actuando en mi calidad de _____ de la
sociedad _____, titular de la
empresa _____ DECLARO BAJO JURAMENTO QUE: La empresa esta
dedicada
a ser _____ (operador de turismo, transporte turísticos, etc) , de una
manera
constante, profesional y no eventual; (si no esta operando manifestarlo
cuando iniciarán operaciones); que opera las rutas siguientes __en un
horario _____. Asimismo declaro que la empresa tiene
los vehículos siguientes: (detalles de
vehículo, marca, año y No de placas), que son utilizados
exclusivamente para brindar el servicio turístico y
que no son usados para otras actividades diferentes. Declaro que lo anterior
es verdadero. Y el suscrito notario hago constar: Que expliqué al
compareciente sobre lo establecido en el Artículo doscientos ochenta y
cuatro. del Código Penal, en cuanto al delito de FALSEDAD IDEOLÓGICA. En
de lo cual firmo en la ciudad de _____, a los _____ días del mes de _
_____ de dos mil nueve.

FIRMA

(DECLARACION JURADA ANTE NOTARIO SALVADOREÑO)