

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL



**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA COOPERATIVA
PUNTA REAL DE R.L., EN EL MUNICIPIO DE PUERTO EL
TRIUNFO, DEPARTAMENTO DE USulután**

PRESENTADO POR:

**ALBA JEULIZABETH ALVAREZ
ELIU ISAI AYALA ALVARADO
MARIO RICARDO QUINTANILLA ZELAYA**

PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

INGENIERO(A) INDUSTRIAL

CIUDAD UNIVERSITARIA, NOVIEMBRE DE 2017

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

RECTOR:

MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO

SECRETARIO GENERAL:

MSC. CRISTOBAL HERNÁN RÍOS BENÍTEZ

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

DECANO:

ING. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL

SECRETARIO:

ING. JULIO ALBERTO PORTILLO

ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

DIRECTOR:

MSC. MANUEL ROBERTO MONTEJO SANTOS

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

Trabajo de Graduación previo a la opción al Grado de:

INGENIERO(A) INDUSTRIAL

Título :

**PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO PARA LA
COOPERATIVA PUNTA REAL DE R.L., EN EL MUNICIPIO
DE PUERTO EL TRIUNFO, DEPARTAMENTO DE
USulután**

Presentado por:

**ALBA JEULIZABETH ALVAREZ
ELIU ISAI AYALA ALVARADO
MARIO RICARDO QUINTANILLA ZELAYA**

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor:

ING. JUAN ENRIQUE REYES RUIZ

SAN SALVADOR, NOVIEMBRE DE 2017

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor:

ING. JUAN ENRIQUE REYES RUIZ

AGRADECIMIENTOS

El éxito se basa simplemente en insistir, en vencer el miedo al fracaso, a lo largo de estos años por la carrera de Ingeniería Industrial son muchas las personas a las que debo agradecer, tanto aquellas que directamente estuvieron involucradas en el logro de esta meta como a las que indirectamente participaron en este proceso.

Siempre he creído que Dios tiene el tiempo ideal y el sabía el momento exacto en el que yo lograría esta meta, agradezco infinitamente a Dios por que sin el nada de esto sería posible, ya que siempre mantuvo a mi lado personas especiales y mostro a diario sus bendiciones para conmigo.

Agradezco especialmente a mi madre Reina Isabel Alvarez, a mi mamita María del Carmen Vanegas de Lazo, a mi papito Paulino Lazo, a mis tías Marleny Lazo y Nelly Lazo, a quienes amo profundamente y son una gran bendición en mi vida, les agradezco por todo el apoyo en todos los sentidos y en toda la extensión de la palabra, ya que sin todos ustedes y su soporte no estaría en este preciso instante alcanzando mi sueño.

También agradezco a mi tía Yris Molitor, a mi tía Betty Lazo y Lilian Lazo, a todas y cada una de mis tías, tíos, primas, primos a mi hermanita Celenia y a mi hermanito Javier, en fin a toda mi familia Vanegas y Alvarez, que son una bendición y a quienes amo con mi corazón, por siempre haber creído en mí, asimismo agradezco a las personas que siempre creyeron en mí y siempre estuvieron presentes durante estos años de estudio. Agradezco también a alguien especial en mi vida al Ing. Salmerón, quien no solo me acompañó sino que me apoyo continuamente durante este proceso.

A mis amigos de la universidad, la iglesia y demás que me apoyaron emocionalmente en especial a mis 5 mejores amigos con quienes ya rondamos la década de compartir alegrías y tristezas, quienes ya forman parte de mi familia Alex, Harito, Beni, Jorgito, Nahúm, y Romy, donde a este agradezco también su apoyo ingenieril. Gracias a todas las personas que de alguna forma se vieron involucradas en el logro de este sueño incluyendo aquellas que en algún momento formaron parte de mi vida.

Al equipo de tesis con quienes conviví por un lapso aproximado de 9 meses y con quienes compartimos tantas vivencias desde las visitas a la Bahía de Jiquilisco y la zona Costera hasta los desvelos con quienes logramos la culminación de nuestro trabajo de grado.

Agradezco a las personas con quienes compartí vivienda, ya que no es un proceso fácil dejar el hogar por el logro de un sueño, donde las personas con quienes convives se vuelven parte no solo de tu día a día, sino de tu familia gracias a Saúl, Edgar y Mario con quienes compartimos demasiadas vivencias que no solo nos unieron sino que forjaron una amistad sin tiempo de caducidad, y como olvidar a Montoya a quien agradezco por su amistad y apoyo ingenieril, a Mario por compartir la visión de lograr a corto plazo la culminación del trabajo de grado, donde hoy por hoy estamos a un paso de lograr la obtención del ansiado título universitario.

Finalmente agradezco a mi asesor el Ing. Enrique Reyes por sus aportes y apoyo para el desarrollo de nuestro trabajo de grado, a todos los docentes de la Facultad de Oriente, quienes fueron parte de mi formación académica, también a los docentes de la Escuela de Ingeniería Industrial.

“Lo que un día comenzó como un sueño que veía lejos de cumplir hoy se transforma en realidad, este día puedo decir que no importa cuánto se tarde, Dios sabe el momento preciso cuando te corresponderá alcanzar cada uno de tus sueños, total el éxito no reside en siempre ganar, sino en insistir y nunca parar de trabajar hasta lograr la meta”.

Alba Alvarez

Al Señor por la gracia y sabiduría que puso en mí y darme la formación más grande que existe al enseñarme su camino por las palabras ministradas por un obrero, un buen amigo y padre también, que al igual que su esposa y mi maestra me instruyeron desde pequeño en su camino.

Y como no estar feliz al rodearme de un papa genial que me enseñó casi todos los oficios al ocupar mis manos para construir siempre cada cosa en la casa y bien hecha, a no desistir y si es necesario volver hacerlo, a mi madre que siempre estuvo ahí aconsejándome en cada vez, por esa dedicación al esperarme siempre y alentarme a hacer todo con fe, por sus oraciones que sé que nunca faltaron y hasta el día de hoy y siguen siendo igual cada noche. Aaaa y cómo olvidar a mis dos hermanas, Raquel por cuidar de nosotros y las travesuras que disfrutamos desde pequeños aunque siempre nos regañabas y siempre tienes una cosa que decir jajaja, la más protectora de los tres, a Loida la más afectuosa que siempre tienes un abrazo para dar, una sonrisa y un consejo incluido. Sé que la “palabra de hermano” aún está presente.

Agradecer a todos mis hermanos y hermanas de la Iglesia con los que crecimos juntos, a los que están, a los que ya no están y por los que vienen a todos sus padres y madres, Al Gato y su familia, a Carlos papa y familia, a Ricardo y Rhina, Tío Cesar y familia, el Abuelo, Vital y a todos los demás porque sé que la formación también depende de los principios y valores entre las personas con las compartimos nuestra vida como lo hizo Jesús. A mis amigos del alma, mis hermanos Ulises y Carlos por las venturas y desventuras que vivimos y las cosas que aprendimos a afrontar como equipo, a levantar la mirada cuando las cosas no van bien dentro y fuera de la cancha por las noches de fiesta, socio y diversión interminables; recuerdos incontables de charlas y videojuegos.

A mis compañeros de estudio: Salvador, Guly, Ricardo, Charly, por compartir los primeros años de estudio y dominar el arte del Pin Pon y otros deportes, a Panchi su ciber y entusiasmo que siempre le pone a todo, Carlos, Chepe-dowsky, Oscar-Goro, Nejapa, Fredy, Vladi, Ricardo, Dave y otro gran montón con quienes compartí horas y horas de estudio, desvelos, risas, estrés, parciales, clases aburridísimas, expos y otras tantas cosas que vivimos día a día en la facultad, en especial recuerdo a Jarel, Cañas y Dennis que tuve la dicha de tomar los estudios ya en serio en compañía de ustedes, a Nico, Mike y Chepe por su apoyo y lealtad cuando comenzó una nueva etapa en mi vida.

A mis compañeros de Tesis: que no me alcanzarían las palabras para agradecer el apoyo y comprensión durante todos estos meses, en todos los viajes a la bahía, las cosas que vivimos y lugares que conocimos; porque realmente en esta tesis creo que aprendimos muchísimo, creo que a pesar de todo Dios permitió que formáramos equipo, gracias por aguantar mi cansancio y todas las tasas de café, por su amistad y hospitalidad, más que una tesis finalizada creo que gane a buenos amigos con los que hicimos las mejores presentaciones de la historia en la escuela, gracias Alba por la presión y exigencias constante, a Mario por sus sabias palabras en momentos críticos y de desánimo, con sinceridad les deseo las más grandes bendiciones para su carrera profesional y sus familias pues Dios ha visto lo que han hecho por mí y mi familia.

A David mi amigo y vecino, y también a Heber mi cuate por apoyarme siempre en momentos de urgencia. A todos ustedes también las más grandes bendiciones de los Cielos.

Este logro te lo dedico a ti y a ellas porque antes de ser ingeniero me gradué de papá, deje esta parte al final porque es la que me llena de más sentimientos, me apoyaste y me animaste continuar para que el esfuerzo valga la pena, a ver las cosas con otra perspectiva, a afrontar las cosas por duro o pesado que fuera, a ver oportunidades en cada dificultad siendo prudente y a pensar tranquilamente cada cosa, gracias por esa enorme paciencia en este último trayecto, gracias Claudia por ser mi felicidad, mi amiga y mi apoyo siempre, y solo puedo agradecerte esforzándome más para cuidar de ti y las niñas, por ustedes seré un buen papa-ingeniero.

Eliu Ayala

Agradecido infinitamente con Dios que me dio la fortaleza y guio mis pasos para poder culminar esta etapa importante en mi vida.

A mi mamá, Rosina Emelda Zelaya por ser la mejor mamá del mundo quien estuvo ahí apoyándome siempre, dándome aliento y consejos para seguir adelante en mi formación, también a mi papá, Ovidio Parada una persona que admiro y respeto, quien siempre me ha estado apoyándome a lo largo de mi formación. A mi hermano por siempre darme ánimos a seguir.

También un agradecimiento muy especial a mi abuelita Ana Delia Quintanilla, quien creyó en mí siempre, y quien siempre oraba para que Diosito siempre me cuidara en mí caminar. Agradezco a mi tía, Rita Alberto quien me apoyo siempre en mi formación. Agradezco a Francisca Flores que siempre me preparaba la cena cuando estuve viviendo en San Jorge así mismo a mis tíos Humberto Zelaya, Marta Zelaya, Leofredo Zelaya, Ana Zelaya. También agradezco a mis primos que creyeron en mí, que siempre la pasamos buenos momentos cuando nos reunimos donde la abuela.

Agradezco a todos mis amigos por creer en mí, a aquellos con quienes formamos un vínculo de amistad desde la infancia, también a los que he conocido a lo largo de mi formación, a los que con sus conocimientos de ingeniería me ayudaron. También un agradecimiento al Ingeniero y amigo Saúl Sorto, por compartirnos su conocimientos, darnos consejos para las defensas y por su amistad. Al ingeniero y amigo Alvaro Balmore por su apoyo y amistad. Agradezco a Carlos Montoya por su ayuda con conocimientos de ingeniería que fue un gran aporte al trabajo de grado.

Agradezco Alba Jeulizabeth Alvares con quien comenzamos a trabajar desde hace un par de años, en la cual hemos tenido experiencias que han abonado a nuestro conocimiento, además de una meta en común, ser Ingenieros Industriales.

Agradezco a mi grupo de trabajo de tesis por haber compartido tantas experiencias y aventuras en el desarrollo del trabajo de grado, además de los viajes a la bahía de las estrellas, y agradecido por el vínculo de amistad creado.

Agradezco a los docentes que a lo largo de mi formación han abonado su conocimiento, además agradezco al Ingeniero y Asesor de tesis Enrique Reyes quien con sus conocimientos nos orientó en todo el proceso de trabajo de grado.

Mario Zelaya

Contenido

INTRODUCCION.....	ii
OBJETIVO GENERAL.....	v
LIMITACIONES.....	ix
ALCANCES.....	ix
IMPORTANCIA.....	xi
JUSTIFICACION.....	xiii
METODOLOGIA GENERAL.....	3
CAPITULO I MARCO REFERENCIAL SOBRE EL ESTUDIO.....	5
A. MARCO TEORICO.....	5
1. PLAN.....	5
2. PLANIFICACION.....	7
3. PLAN DE DESARROLLO.....	24
4. PLAN DE DESARROLLO TURISTICO.....	25
5. COMPETITIVIDAD TURÍSTICA.....	39
6. TURISMO SOSTENIBLE.....	51
7. ETAPAS PARA REALIZAR UN PLAN DE DESARROLLO TURISTICO.....	55
B. MARCO CONTEXTUAL.....	58
1. TURISMO – ANTECEDENTES.....	58
2. ORIGEN DEL TURISMO A NIVEL MUNDIAL.....	59
3. TURISMO A NIVEL MUNDIAL.....	61
4. EL TURISMO Y LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS).....	64
5. HISTORIA DEL TURISMO EN EL SALVADOR.....	70
6. TURISMO EN EL SALVADOR.....	74
7. RUTAS TURÍSTICAS EN EL SALVADOR.....	78
8. PROGRAMA PUEBLOS VIVOS MULTIDESTINOS.....	92
9. PLANES DEL GOBIERNO PARA DESARROLLO DEL TURISMO EN EL SALVADOR	93
10. PLANES DE DESARROLLO LOCAL.....	95
11. CLASIFICACIONES DEL TURISMO.....	98
12. TERMINOLOGÍA DE TURISMO.....	101
C. MARCO INSTITUCIONAL.....	103
1. EL INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO – ISTU.....	103
2. CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO.....	103
3. MINISTERIO DE TURISMO (MITUR).....	104

4.	COORDINACIÓN INTERINSTITUCIONAL	105
D.	MARCO LEGAL	106
1.	LEY DE TURISMO EN EL SALVADOR.....	106
2.	LEY NACIONAL DE MEDIO AMBIENTE.....	107
3.	LEY DE ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS	107
4.	LEY DE LA CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO.....	107
5.	POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO	108
6.	NORMAS TÉCNICAS SALVADOREÑAS (NTS)	108
CAPITULO II INVESTIGACION DE LA REALIDAD DEL ENTORNO DE LA PUNTA SAN JUAN DEL GOZO.....		111
A.	DESCRIPCION DE LA BAHIA DE JIQUILISCO.....	112
1.	TERRITORIO BAHÍA DE JIQUILISCO	112
2.	CARACTERÍSTICAS FÍSICAS.....	112
3.	CARACTERÍSTICAS ECOLÓGICAS GENERALES.....	113
4.	BAHÍA DE JIQUILISCO COMO ZONA RAMSAR	114
5.	VALORES SOCIALES Y CULTURALES.....	114
B.	DESCRIPCION DE LA PUNTA SAN JUAN DEL GOZO	116
1.	COOPERATIVA PUNTA REAL DE R.L.,.....	116
2.	SITUACIÓN ACTUAL DE LA PUNTA SAN JUAN	118
3.	VOLUMENES DE VENTA ACTUAL	120
4.	INGRESOS POR VENTAS	120
C.	INVENTARIO TURISTICO DE PUNTA SAN JUAN DEL GOZO Y ALREDEDORES .	122
1.	INVENTARIO TURÍSTICO	122
2.	PLANTA TURISTICA “PUNTA REAL”	164
CAPITULO III INVESTIGACION DE LOS MERCADOS TURISTICOS		189
A.	MERCADO COMPETIDOR	189
1.	IDENTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA	189
2.	FUENTES DE INFORMACION	194
3.	INVESTIGACION DE CAMPO	195
4.	COMPETIDOR DIRECTO	199
5.	COMPETENCIA INDIRECTA.....	283
6.	SUSTITUTOS	294
7.	PERFIL DE LA COMPETENCIA	300
B.	MERCADO CONSUMIDOR.....	306
1.	SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	306

2.	PROCESO DE MUESTREO	308
3.	DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	308
4.	DISEÑO DE INSTRUMENTO	311
5.	HALLAZGOS MERCADO CONSUMIDOR ZONA ORIENTAL.....	313
6.	HALLAZGOS MERCADO CONSUMIDOR ZONA CENTRAL.....	315
7.	HALLAZGOS MERCADO CONSUMIDOR ZONA OCCIDENTAL.....	317
8.	CALCULO DE LA AFLUENCIA TURISTICA EN PUERTO EL TRIUNFO	321
9.	OBJETIVIDAD DE LA AFLUENCIA DE TURISTAS EN EL PUERTO EL TRIUNFO..	327
10.	PROYECCIONES DE DEMANDA	329
11.	PERFIL DEL CONSUMIDOR.....	332
C.	MERCADO DE APOYO Y SOPORTE.....	334
1.	MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES (MARN).....	337
2.	LA COMISIÓN NACIONAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA (CONAMYPE)	345
3.	AYUDA EN ACCION	348
4.	FUNDACION USULUTAN II.....	351
5.	POLICIA NACIONAL CIVIL – POLITUR DE PUERTO EL TRIUNFO	352
6.	PRODEMORO	354
7.	BANDESAL.....	357
8.	FUNDACIÓN INTERAMERICANA (IAF)	358
9.	COOPERACIÓN INTERNACIONAL.....	360
10.	ABASTECEDORES DE INSUMOS.....	362
D.	MERCADO DISTRIBUIDOR	385
1.	DISTRIBUCIÓN	385
2.	CANALES O REDES DE DISTRIBUCIÓN INDIRECTO.....	387
3.	LOS REQUISITOS QUE EXIGEN LAS TOUR OPERADORES SON:.....	396
4.	CANALES O DISTRIBUCION DIRECTA.....	396
CAPITULO IV DIAGNOSTICO DE LA SITUACION ACTUAL DEL TURISMO EN PUNTA SAN JUAN DEL GOZO.....		400
A.	ANALISIS GENERAL.....	401
1.	BAHIA DE JIQUILISCO.....	401
2.	PUNTA SAN JUAN DEL GOZO	404
3.	MERCADO CONSUMIDOR	410
4.	MERCADO COMPETIDOR.....	413
5.	MERCADO DE APOYO Y SOPORTE.....	421
6.	MERCADO DISTRIBUIDOR	422

7.	DIAMANTE DE COMPETITIVIDAD.....	424
B.	ARBOL DE PROBLEMA.....	430
1.	DESCRIPCION DE LAS CAUSAS DEL PROBLEMA.....	431
C.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	435
D.	INDICE DE DESARROLLO HUMANO	435
CAPITULO V DISEÑO DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO DE LA COOPERATIVA PUNTA REAL		438
A.	ESQUEMA DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO.....	439
B.	INTERACCIÓN DE LOS COMPONENTES DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO 440	
C.	PROGRAMA DE ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACION	441
1.	INTRODUCCION	441
2.	OBJETIVOS.....	441
3.	CONTENIDO.....	441
4.	REQUERIMIENTOS PARA EL PROGRAMA DE ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACION	528
D.	PROGRAMA DEL PRODUCTO TURISTICO	529
1.	INTRODUCCION	529
2.	OBJETIVOS.....	529
3.	CONTENIDO.....	530
4.	DIAGRAMA DE FLUJO PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS CON PAQUETE	627
5.	PLANO DEL SERVICIO O BLUEPRINT PARA LOS SERVICIOS EN GENERAL Y PARA ALOJAMIENTO	636
6.	SISTEMAS ADMINISTRATIVOS BASICOS	638
7.	PROYECCIONES DE LOS PAQUETES TURISTICOS.....	651
8.	REQUERIMIENTOS PARA EL PROGRAMA DE PRODUCTO TURISTICO	654
E.	PROGRAMA DE PROMOCION Y MARKETING	658
1.	INTRODUCCION	658
2.	OBJETIVOS.....	658
3.	CONTENIDO.....	659
4.	REQUERIMIENTOS PARA EL PROGRAMA DE PROMOCION Y MARKETING	672
F.	PROGRAMA DE GESTION DE RELACIONES Y COOPERACION.....	674
1.	INTRODUCCION	674
2.	OBJETIVOS.....	674
3.	CONTENIDO.....	675

4.	REQUERIMIENTOS PARA EL PROGRAMA DE GESTION DE RELACIONES Y COOPERACION	690
G.	PROGRAMA CALIDAD TURISTICA Y SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL.....	691
1.	INTRODUCCION	691
2.	OBJETIVOS.....	691
3.	CONTENIDO.....	692
4.	CARACTERISTICAS TECNICAS Y CONSIDERACIONES PARA COMPRAR INSUMOS, MOBILIARIO Y EQUIPO.....	727
5.	CALIDAD DEL SERVICIO TURÍSTICO OFRECIDO	734
6.	REQUERIMIENTO PARA EL PROGRAMA DE CALIDAD TURISTICA Y SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL.....	742
H.	PROGRAMA DE SEÑALIZACION TURISTICA.....	744
1.	INTRODUCCION	744
2.	OBJETIVOS.....	744
3.	CONTENIDO.....	744
4.	REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA DE SEÑALIZACIÓN	750
I.	PROGRAMA: CONTINGENCIA.....	751
1.	INTRODUCCION	752
2.	OBJETIVOS.....	752
3.	CONTENIDO.....	752
4.	REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA DE CONTINGENCIA	767
	CAPITULO VI EVALUACIONES DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO	769
A.	METODOLOGIA.....	770
B.	INVERSIONES DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO	772
1.	INVERSION FIJA TANGIBLE.....	772
2.	INVERSION FIJA INTANGIBLE	784
3.	CAPITAL DE TRABAJO.....	790
4.	ESTRUCTURA DE CAPITAL DE TRABAJO.....	791
5.	RUBROS DEL CAPITAL DE TRABAJO	791
6.	INVERSIÓN TOTAL.....	814
7.	LISTADO DE FUENTES Y PROVEEDORES CONSULTADOS PARA COTIZAR PRECIOS.....	815
C.	COSTOS DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO.....	830
1.	COSTOS FIJOS.....	830
2.	COSTOS VARIABLES	858
3.	COSTOS ADMINISTRATIVOS	859

4.	COSTO DE COMERCIALIZACION	861
5.	COSTOS FINANCIEROS.....	862
6.	COSTOS POR SERVICIOS	862
7.	COSTOS UNITARIOS DE LOS SERVICIOS.....	873
8.	COSTOS POR PAQUETE	873
D.	FINANCAMIENTO DEL PROYECTO A UTILIZAR.....	874
1.	BANCO DE DESARROLLO DE EL SALVADOR (BANDESAL).....	874
2.	FUNDACION INTERAMERICANA (IAF)	875
E.	PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS	885
1.	DETERMINACION DEL PRECIO DE VENTA	885
2.	MARGEN DE UTILIDAD	888
3.	PUNTO DE EQUILIBRIO	888
4.	MARGEN DE SEGURIDAD	891
5.	PRONOSTICO DE VENTAS TOTALES	891
6.	PRONOSTICO DE VENTAS POR PAQUETE.....	892
7.	ESTIMACION DE INGRESOS FUTUROS	895
8.	ESTIMACION DE EGRESOS FUTUROS	900
F.	ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA.....	905
1.	ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA.....	905
2.	ESTADO DE RESULTADO GENERAL MENSUAL (Año 1).....	910
3.	ESTADO DE RESULTADO GENERAL POR LOS 5 AÑOS	911
4.	ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO.....	912
5.	ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO ANUALES	914
6.	BALANCE GENERAL	915
G.	EVALUACION ECONOMICA	917
1.	TASA MINIMA ATRACTIVA DE RENDIMIENTO	917
2.	VALOR ACTUAL NETO (VAN)	920
3.	TASA INTERNA DE RETORNO.....	921
4.	RELACION BENEFICIO COSTO	922
H.	EVALUACION FINANCIERA.....	923
1.	METODOLOGIA	923
2.	TIEMPO DE RETORNO DE LA INVERSION	924
3.	RAZONES FINANCIERAS DEL PROYECTO	925
4.	ANALISIS DE SENSIBILIDAD.....	927
I.	EVALUACION DE GENERO	932

J.	EVALUACION SOCIAL.....	935
K.	EVALUACION AMBIENTAL DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO.....	945
1.	METODOLOGÍA	945
2.	DESCRIPCIÓN DE LOS RIESGOS	946
3.	MATRIZ DE LEOPOLD	948
4.	ANÁLISIS DE RESULTADOS	951
5.	MEDIDAS DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN	951
6.	METODOLOGIA USADA POR EL MARN PARA LA EVALUACION AMBIENTAL	952
L.	EVALUACION TECNICA DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO	953
VII	ADMINISTRACION DEL PROYECTO “PLAN DE DESARROLLO TURISTICO”	961
A.	OBJETIVO.....	961
B.	METODOLOGÍA.....	961
C.	ESTRUCTURA DE DESGLOSE DE TRABAJO (EDT).....	962
D.	DESCRIPCIÓN DE LOS ENTREGABLES	962
E.	DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES	964
F.	RED DEL PROYECTO	971
G.	CALCULO DE LA HOLGURA	972
H.	ORGANIZACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO	976
I.	EVALUACION DE RIESGOS PARA LA IMPLANTACION	977
	CONCLUSIONES	985
	RECOMENDACIONES.....	988
	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	990
	ANEXOS.....	996
1.	OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS).....	996
2.	DISEÑO DE INSTRUMENTOS PARA LEVANTAMIENTO DE INVENTARIO TURISTICO.....	1021
3.	FICHA PARA VERTIDO DE INVENTARIO TURISTICO	1025
4.	DISEÑO DE INSTRUMENTO PARA LEVANTAMIENTO DE INVENTARIO DE PLANTA TURISTICA	1026
5.	FICHA PARA VERTIDO DE INVENTARIO DE PLANTA TURISTICA	1031
6.	INSTRUMENTOS PARA INVESTIGAR LA COMPETENCIA CHECK – LIST.....	1033
7.	PRECIOS DE MENU BAHIA SPORT	1036
8.	PRECIOS DE MENU DE SOLISAL	1040
9.	PRECIOS DE MENU DE EL DELFIN.....	1044
10.	PRECIOS DE MENU DE SOL DE TASAJERA	1046

11.	PRECIOS DE MENU DE LA TORTUGA VERDE.....	1048
12.	INSTRUMENTO PARA ENCUESTAR A FAMILIAS TURISTAS	1051
13.	INSTRUMENTO PARA ENCUESTAR JOVENES TURISTAS	1056
14.	METODOLOGIA DE LA CASA DE LA CALIDAD.....	1061
15.	RECOPILACION DE TODAS LAS FICHAS TECNICAS DE LA INVESTIGACION 1063	
16.	EVIDENCIA FISICA DE LAS VISITAS A LA COMPETENCIA, LEVANTAMIENTO TURISTICO Y ENTREVISTAS.....	1097
17.	MODELO DEL FORMULARIO QUE SE DEBE RELLENAR PARA SOLICITAR EL FINANCIAMIENTO.....	1102
18.	TASAS DE INTERES DEL BID Y LOS GRUPOS QUE LO CONFORMAN.....	1103
19.	TASAS DE INTERES DEL BFA.....	1105
20.	TABLA DE RANGOS DE TASAS DE INTERÉS DE BANDESAL.....	1107
21.	PLAN ESTRATEGICO DE LA POLICIA NACIONAL CIVIL.....	1107
22.	ESTADO DE RESULTADO ANUALES POR PAQUETES	1110
23.	BALANCES GENERAL MENSUAL.....	1113
24.	ESTADOS FINANCIEROS DEL ESCENARIO 1.....	1115
25.	ESTADOS FINANCIEROS ESCENARIO 2.....	1129
26.	PROCEDIMIENTO PARA SOLICITUD DE PERMISO AL AMBIENTAL PARA ZONAS PROTEGIDAS.....	1143

CONTENIDO DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Desglose de Plan, Plan de Desarrollo y Plan de Desarrollo Turístico	5
Ilustración 2 Diferencia entre las Corrientes.....	9
Ilustración 3 Pasos Generales de un Plan de Desarrollo	24
Ilustración 4 Servicios Intangibilidad.....	40
Ilustración 5 Servicios Turísticos	41
Ilustración 6 Diamante de Porter	42
Ilustración 7 Cadena de Valor	44
Ilustración 8 Cadena de Valor Turística.....	45
Ilustración 9 Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter.....	48
Ilustración 10 Etapas del PDT.....	55
Ilustración 11 Etapas de la metodología a abordar	57
Ilustración 12 Objetivos de Desarrollo Sostenible	64
Ilustración 13 Turismo Sostenible	67
Ilustración 14 Organización Mundial del Turismo	69
Ilustración 15 Destinos Turísticos de El Salvador.....	74
Ilustración 16 Gasto diario y estadía del turista.....	77
Ilustración 17 Circuito Bahía Sierra.	97
Ilustración 18 Marca País El Salvador 2017.....	109
Ilustración 19 El centro eco turístico Punta Real está ubicado en la península de San Juan del Gozo, zona declarada como RAMSAR	114
Ilustración 20 Península San Juan del Gozo	118
Ilustración 21 Playa Punta San Juan.....	119
Ilustración 22 Laguna Península San Juan del Gozo.....	119
Ilustración 23 Pasos a seguir en el levantamiento	122
Ilustración 24 Descripción de los Recursos Naturales.....	123
Ilustración 25 Ubicación de los lugares inventariados.....	125
Ilustración 26 Isla Pajarito	127
Ilustración 27 Ubicación geográfica de Isla Pajarito	127
Ilustración 28 Playa La Pirraya.	129
Ilustración 29 Ubicación Geográfica de Playa La Pirraya	129
Ilustración 30 Canal Dos Aguas.	131
Ilustración 31 Ubicación Geográfica de Canal Dos Aguas.....	131
Ilustración 32 Cocodrilo Juancho tomando el sol.	133
Ilustración 33 Ubicación Geográfica Cementerio de Barcos.....	133
Ilustración 34 Cementerio de Barcos Estereo La Majadita.	135
Ilustración 35 Ubicación Geográfica de Cementerio de Barcos.....	135
Ilustración 36 Festival del Curil	141
Ilustración 37 Ubicación Geográfica de Festival del Curil.	141
Ilustración 38 Vivero de Conchas "Los Remos".....	142
Ilustración 39 Ubicación Geográfica de Vivero de Conchas.....	143
Ilustración 40 Bocana Bahía de Jiquilisco.....	144
Ilustración 41 Atardecer en la Bocana	145
Ilustración 42 Ubicación geográfica La Bocana	145

Ilustración 43 Áreas para Acampar en la Isla Madre sal	146
Ilustración 44 Cultivos de coco en la Isla Madresal	147
Ilustración 45 Ubicación geográfica Isla Madresal.....	147
Ilustración 46 Ubicación Geográfica Playa San Juan	149
Ilustración 47 Extranjeros desembarcando en la playa	149
Ilustración 48 Playa de noche	149
Ilustración 49 Playa Punta Real	150
Ilustración 50 Aves pesqueras en la laguna de Punta Real	151
Ilustración 51 Bocana de Laguna Punta Real	152
Ilustración 52 Laguna vacía en marea baja	152
Ilustración 53 Muelle Punta Real en la laguna.....	152
Ilustración 54 Nivel del agua y laguna a medio llenar.....	152
Ilustración 55 Ubicación Geográfica	154
Ilustración 56 Entrada al Vivero de Tortuga Carey	154
Ilustración 57 Incubadora	155
Ilustración 58 Casa Refugio de Vivero de Tortuga	155
Ilustración 59 Sendero de Casa Refugio.....	155
Ilustración 60 Ubicación geográfica de cultivos de coco	157
Ilustración 61 Nuevo cultivo de coco y el primer cultivo en su etapa de producción plena	158
Ilustración 62 Toma panorámica Cultivo de Cocos en producción al Fondo	158
Ilustración 63 Ubicación Geográfica Cementerio de Árboles	159
Ilustración 64 Inicio Cementerio de Árboles.....	160
Ilustración 65 Cementerio de Árboles por la noche	160
Ilustración 66 Inventario de planta turística	165
Ilustración 67 Muelle Punta Real	168
Ilustración 68 Lancha y muelle Punta Real.....	168
Ilustración 69 Cocina de Punta Real.....	171
Ilustración 70 Restaurante "El Ranchón"	174
Ilustración 71 Primer nivel Restaurante "El Ranchón"	174
Ilustración 72 Bungalow Punta Real	179
Ilustración 73 Cancha de Fútbol Playa Punta Real	185
Ilustración 74 Circulo concéntrico de Competencia	192
Ilustración 75 Competencia a nivel nacional	197
Ilustración 76 Competencia Visitada en la Bahía de Jiquilisco.....	198
Ilustración 77 Bahía Sport	200
Ilustración 78 Solisal Instalaciones.....	203
Ilustración 79 Instalaciones del Delfín	207
Ilustración 80 Puerto Barillas	210
Ilustración 81 Restaurante Xirihualtique	214
Ilustración 82 Instalaciones de los Hostales de Xirihualtique	215
Ilustración 83 Alrededores de Hostales de Xirihualtique.....	215
Ilustración 84 Lugares visitados Barra de Santiago.....	216
Ilustración 85 Playa de la Barra de Santiago	217
Ilustración 86 Bahía de la Barra de Santiago.....	218

Ilustración 87 Asociación para protección de Tortugas	219
Ilustración 88 Estadio de Fútbol Playa ACASALBA	220
Ilustración 89 Caseta Información al Turista.....	220
Ilustración 90 Café Mezcal, Comercio local de la Barra de Santiago	221
Ilustración 91 Servicios de Restaurante y Alojamiento.....	223
Ilustración 92 Lugares Visitados, Los Cobanos.....	227
Ilustración 93 Restaurantes Merenderos Bar	228
Ilustración 94 Hotel Los Cobanos.....	228
Ilustración 95 Hostal Casa Garrobo.....	229
Ilustración 96 Servicios de Restaurante y Alojamiento Los Cobanos.....	232
Ilustración 97 Lugares Visitados, Playa El Tunco.....	237
Ilustración 98 Playa El Tunco.....	237
Ilustración 99 Instalaciones de Teckla.....	238
Ilustración 100 Instalaciones de Dale Dale Café	238
Ilustración 101 Lugares Visitados, Puerto de la Libertad	244
Ilustración 102 El Malecón	245
Ilustración 103 Sol de Tasajera.....	251
Ilustración 104 Playa de la Isla Tasajera.....	251
Ilustración 105 Centro Recreativo Costa del Sol	255
Ilustración 106 Instalaciones de la Tortuga Village.....	259
Ilustración 107 Restaurante "Brisas del Golfo"	264
Ilustración 108 Restaurante Zacatillo Tours.....	268
Ilustración 109 Tortuga Verde Instalaciones.....	271
Ilustración 110 Hotel y Restaurante Mar & Sol.....	278
Ilustración 111 Restaurante Stephany	283
Ilustración 112 Menú del Restaurante Stephany.....	284
Ilustración 113 Restaurantes Flotantes.....	286
Ilustración 114 Menú de los Restaurantes Flotantes.....	287
Ilustración 115 Restaurante Cayuquito.....	288
Ilustración 116 Menú del Restaurante Cayuquito.....	289
Ilustración 117 Restaurante Sr. Tiburón	290
Ilustración 118 Menú del Restaurante Sr. Tiburón	291
Ilustración 119 Menú y precio del Restaurante Sr. Tiburón	291
Ilustración 120 Restaurante La Mariscada	293
Ilustración 121 Menú del Restaurante La Mariscada.....	293
Ilustración 122 Ecoparque El Espino	295
Ilustración 123 Puerta del Diablo.....	297
Ilustración 124 Parque Ecológico Tehuacán	298
Ilustración 125 Hostal Miramundo	299
Ilustración 126 Mercado consumidor	306
Ilustración 127 Mapa de El Salvador	307
Ilustración 128 Perfil de Consumidor para Familia	332
Ilustración 129 Perfil del Consumidor Joven.....	333
Ilustración 130 Mapa de Lugares donde trabaja Ayuda en Acción.....	349

Ilustración 131	Pescado, carnes y mariscos	362
Ilustración 132	Bebidas, frutas y verduras	363
Ilustración 133	Canasta basicam boquitas y lacteos.....	363
Ilustración 134	Aderezos, condimentos y mobiliario.....	363
Ilustración 135	Productos de limpieza, desechables y utensilios	363
Ilustración 136	Peces que se encuentran en la Bahía de Jiquilisco.....	364
Ilustración 137	Característica del pescado.....	364
Ilustración 138	Tipos de mariscos	365
Ilustración 139	Almacenamiento de mariscos	365
Ilustración 140	Insumos para servicios	367
Ilustración 141	Precios de Insumos.....	371
Ilustración 142	Proveedores de Insumos.....	374
Ilustración 143	Pescado boca colorada.....	384
Ilustración 144	Bebidas	384
Ilustración 145	Características de distribuidores.....	386
Ilustración 146	Canales de distribución	386
Ilustración 147	Instalaciones de Punta Real.....	396
Ilustración 148	Afiche de Punta Real	397
Ilustración 149	Empleado con camisa de Punta Real	397
Ilustración 150	Plataformas digitales	398
Ilustración 151	Bahía de Jiquilisco Fauna y Flora	403
Ilustración 152	Casa de la calidad para Punta Real.....	419
Ilustración 153	Esquema del plan de desarrollo	439
Ilustración 154	Logotipo de la Cooperativa Punta Real Actualmente	442
Ilustración 155	Principios del modelo EFQM	473
Ilustración 156	Capacitacion	502
Ilustración 157	Prototipo Camisa Punta Real.....	504
Ilustración 158	Mapa de riesgos del Centro Ecoturístico Punta Real	526
Ilustración 159	Mapa de riesgos para el área total.....	527
Ilustración 160	Componentes de un producto turistico	531
Ilustración 161	Ranchos del Punta Real	532
Ilustración 162	Atardecer en Punta Real.....	532
Ilustración 163	Proceso de Prestación de Servicios General	533
Ilustración 164	Partes de un Paquete en un Programa	540
Ilustración 165	Diseño de paquete "Básico"	541
Ilustración 166	Diseño del paquete "Pase del día"	542
Ilustración 167	Diseño de paquete "Todo incluido"	543
Ilustración 168	Diseño del paquete "Premium".....	544
Ilustración 169	Laguna en la Punta San Juan del Gozo	545
Ilustración 170	Playa en la Punta San Juan del Gozo	546
Ilustración 171	Espacio de restaurante y muelle	546
Ilustración 172	Propuesta de diseño de menú de restaurante.....	547
Ilustración 173	Propuesta de diseño de menú de restaurante.....	548
Ilustración 174	Bungalows	550

Ilustración 175 Rancho hamaquero	550
Ilustración 176 Rancho Sombrilleros.....	551
Ilustración 177 Lancha para transporte de turistas	552
Ilustración 178 Piscina del Centro Ecoturístico Punta Real.....	552
Ilustración 179 Cancha de Futbol Playa	553
Ilustración 180 Ubicacion de los recursos turisticos alrededor de la Bahía.....	556
Ilustración 181 Ubicación de los recursos y atractivos turísticos en la Punta San Juan	557
Ilustración 182 Ejemplo de área de juegos para niños	558
Ilustración 183 Kayak Recreativo	559
Ilustración 184 Kayak de Mar	559
Ilustración 185 Banana acuática	560
Ilustración 186 Motos Acuaticas	561
Ilustración 187 Tipos de senderos.....	564
Ilustración 188 Especificaciones técnicas de un sendero	566
Ilustración 189 Mapa de los Senderos	567
Ilustración 190 Propuesta de menú para estación de boquitas y bebidas	571
Ilustración 191 Propuesta de menú de estación de raspado.....	579
Ilustración 192 Propuesta de menú para estación de Bar	586
Ilustración 193 Propuesta de menú para estación de Bar	587
Ilustración 194 Spa	591
Ilustración 195 Instalaciones en Punta Real.....	594
Ilustración 196 Distribucion en Planta actual	595
Ilustración 197 Baños y duchas	599
Ilustración 198 Interior de los Sanitarios, duchas y des vestideros	600
Ilustración 199 Interior del Bungalow deshabilitado.....	600
Ilustración 200 Requerimiento para habilitar Bungalow	601
Ilustración 201 Ranchos hamaqueros	601
Ilustración 202 Piscina.....	602
Ilustración 203 Cancha de futbol	602
Ilustración 204 Planta arquitectonica Bar	604
Ilustración 205 Planta de techos BAR	605
Ilustración 206 Planta arquitectonica y techo SPA	606
Ilustración 207 Elevacion SPA	606
Ilustración 208 Planta arquitectonica y techo de Centro de Interpretacion Ambiental.....	607
Ilustración 209 Elevacion Centro de Intepretacion Ambiental	608
Ilustración 210 Planta Arquitectonica y techo Estacion de bocadillos y bebidas	609
Ilustración 211 Elevacion Estacion de bocadillos y bebidas.....	609
Ilustración 212 Planta arquitectonica y techo Estacion de raspados	610
Ilustración 213 Elevacion Estacion de raspados.....	611
Ilustración 214 Planta arquitectonica y techo Area de descanso	611
Ilustración 215 Elevacion Area de descanso	612
Ilustración 216 Playa Punta Real para realizar Senderismo	612
Ilustración 217 Mapa de sendero	613
Ilustración 218 Senderos Vista de Planta.....	614

Ilustración 219 Tramos a considerar del Sendero.....	615
Ilustración 220 Area que conformaria parte de Sendero	618
Ilustración 221 Sendero con todas sus Áreas	619
Ilustración 222 Bungalow	620
Ilustración 223 Rancho hamaquero	620
Ilustración 224 Muelle de Punta Real	625
Ilustración 225 Nueva Distribucion en Planta	626
Ilustración 226 Rancho viejo, Isla Madresal.....	657
Ilustración 227 Muelle Punta Real	657
Ilustración 228 Logo Punta Real Propuesta	659
Ilustración 229 Parte Externa del Volante	664
Ilustración 230 Parte Interna del Volante	664
Ilustración 231 Elementos Principales de una Pagina Web	665
Ilustración 232 Propuesta de Diseño 1 para Pagina Web	666
Ilustración 233 Propuesta de Diseño 2 para Pagina Web	666
Ilustración 234 Muelle Punta Real y Laguna	667
Ilustración 235 Diseño de sendero para colocar publicidad	668
Ilustración 236 Atardecer en la Bahía de Jiquilisco.....	673
Ilustración 237 Garantía para Créditos de Turismo	681
Ilustración 238 Crédito de Inversión	682
Ilustración 239 Pescadores de la zona	690
Ilustración 240 Sistema de Gestion de la Calidad	693
Ilustración 241 Buenas Practica de Turismo	706
Ilustración 242 Lámpara externa con panel solar.	714
Ilustración 243 Baterías para almacenamiento.	714
Ilustración 244 Sistema Solar en Techo	714
Ilustración 245 Conexión de los generadores fotovoltaico.....	715
Ilustración 246 Modulo Monocristalino.....	716
Ilustración 247 Dimensiones del Sistema	716
Ilustración 248 Compostaje Casero.....	718
Ilustración 249 Ciclo del compostaje	719
Ilustración 250 Compost madurado.....	720
Ilustración 251 Compost casero de madera	721
Ilustración 252 Proceso de Compostaje Casera	722
Ilustración 253 Tolerancia de los cultivos a suelos salinos	723
Ilustración 254 Plaga en huerto casero.....	725
Ilustración 255 Huerto casero de madera.....	726
Ilustración 256 Huerto casero aislado.....	726
Ilustración 257 Condiciones físicas para alojamiento	739
Ilustración 258 Señalamientos	745
Ilustración 259 Señalamiento preventivo	746
Ilustración 260 Señalamiento restrictivo	746
Ilustración 261 Mapa de Señalización de Punta Real	747
Ilustración 262 Ejemplo de rotulo de información turística	749

Ilustración 263 Brochure informativo	749
Ilustración 264 Tienda para acampar iglú	754
Ilustración 265 Pasos para Prepararse para un Tsunami	758
Ilustración 266 Evaluaciones del Proyecto	769
Ilustración 267 Mano de Obra	801
Ilustración 268 Capital de Trabajo	813
Ilustración 269 Capital de Trabajo 2.....	813
Ilustración 270 Lista de Proveedores	829
Ilustración 271 Relacion de los Estados Financieros.....	905
Ilustración 272 Evaluacion Financiera	923
Ilustración 273 Evaluacion Ambiental.....	949
Ilustración 274 Red del plan.....	971
Ilustración 275 Holguras en Proyectos.....	975
Ilustración 276 Matriz de la Casa de la Calidad.....	1061
Ilustración 277 Matriz QFD Ejemplo	1062
Ilustración 278 Evidencia Física de la Investigación de Campo.....	1101
Ilustración 279 Tasas de Interes BID parte I.....	1103
Ilustración 280 Tasas de Interes del BID parte II.....	1104
Ilustración 281 Tasas de Interes del BID parte III.....	1104
Ilustración 282 Tasas de Interes BFA parte I	1105
Ilustración 283 Tasas de Interes de BFA parte II.....	1106
Ilustración 284 Tasas de Interés de BANDESAL.....	1107

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 1 Resumen de Corrientes de Planificación	8
Tabla 2 Síntesis de los Conceptos de Planeación en base a las diferentes Corrientes de Planificación	15
Tabla 3 Criterios de Selección del Modelo	17
Tabla 4 Ponderación de Criterios	17
Tabla 5 Pertinencia de Variable con Criterio de Selección del Modelo	18
Tabla 6 Evaluación del Enfoque	18
Tabla 7 Características de Planificación Estratégica y Operativa	19
Tabla 8 Etapas del Proceso de Planificación	23
Tabla 9 Resumen de Modelos de Sistemas Turísticos	38
Tabla 10 Estadísticas de Turismo de las Américas	69
Tabla 11 Turismo hacia 2030.....	70
Tabla 12 Producto Interno Bruto	78
Tabla 13 Información sobre la Cooperativa Punta Real de R.L.	116
Tabla 14 Estructura de costos actual en Centro Ecoturístico Punta Real	120
Tabla 15 Desglose de costos por puerto en que se embarcan	121
Tabla 16 Costos, Ventas y Utilidad anual	121
Tabla 17 Margen de Utilidad en Operaciones.....	121
Tabla 18 Ficha Isla Pajarito.....	127
Tabla 19 Ficha Playa La Pirraya	129
Tabla 20 Ficha Canal Dos Aguas	131

Tabla 21 Ficha Cementerio de Barcos Canal Dos Aguas	133
Tabla 22 Ficha Cementerio de Barcos Estero La Majadita	135
Tabla 23 Ficha Fabria Aceites de Coco	137
Tabla 24 Ficha Playa El Espíritu Santo	138
Tabla 25 Ficha Fabrica de Lanchas La Pirraya	139
Tabla 26 Ficha Festival del Curil	140
Tabla 27 Ficha Vivero de Concha Los Remos	142
Tabla 28 Ficha Bocana de la Bahía	144
Tabla 29 Ficha Isla Madresal	146
Tabla 30 Ficha Playa Punta San Juan	149
Tabla 31 Ficha Laguna Punta San Juan	151
Tabla 32 Vivero de Tortuga Carey	154
Tabla 33 Ficha de Vivero Tortuga Carey	157
Tabla 34 Ficha Cementerio de Arboles	159
Tabla 35 Significado de la Jerarquización	162
Tabla 36 Calidad de los atractivos turísticos	162
Tabla 37 Matriz evaluación de atractivos	163
Tabla 38 Ficha de Muelle Punta Real	168
Tabla 39 Ficha de la Cocina en Punta Real	171
Tabla 40 Ficha de Restaurante El Ranchon	174
Tabla 41 Ficha de Piscina	176
Tabla 42 Ficha de Bungalós	179
Tabla 43 Ficha de Hamaqueros	181
Tabla 44 Ficha de Chozas	183
Tabla 45 Ficha de Futbol Playa	185
Tabla 46 Ficha de Sombrilleros	187
Tabla 47 Sitios Web de los Sustitutos	195
Tabla 48 Servicios de Bahía Sport	201
Tabla 49 Complementos a los Servicios de Bahía Sport	202
Tabla 50 Canales de Distribución de Bahía Sport	202
Tabla 51 Características Extras de Bahía Sport	203
Tabla 52 Servicios que oferta Solisal	205
Tabla 53 Complementos a los Servicios que Ofrece Solisal	205
Tabla 54 Canales de Distribución de Solisal	206
Tabla 55 Características Extras de Solisal	207
Tabla 56 Servicios que Oferta El Delfín	208
Tabla 57 Complementos a los Servicios que Oferta El Delfin	209
Tabla 58 Menús y Precios del Delfín	209
Tabla 59 Informacion extra del Delfin	210
Tabla 60 Servicios que Ofertan	211
Tabla 61 Complementos extras de Puerto Barillas	212
Tabla 62 Canales de Distribucion Puerto Barillas	213
Tabla 63 Servicios Complementarios	223
Tabla 64 Canales de Distribución de la Barra de Santiago	224

Tabla 65 Características Extras de Barra de Santiago	224
Tabla 66 Servicios Complementarios	233
Tabla 67 Canales de Distribución Barra de Santiago.....	234
Tabla 68 Características Extras, Los Cobanos.....	234
Tabla 69 Servicios que se ofrecen en el Tunco	241
Tabla 70 Servicios Complementarios, El Tunco.....	241
Tabla 71 Canales de Distribución, El Tunco.....	242
Tabla 72 Características Extras, El Tunco	242
Tabla 73 Servicios de Puerto de la Libertad	247
Tabla 74 Servicios Complementarios, El Tunco.....	248
Tabla 75 Canales de Distribución, La Libertad	248
Tabla 76 Características Extras, La Libertad	249
Tabla 77 Servicios de Sol de Tasajera	252
Tabla 78 Servicios Complementarios	253
Tabla 79 Canal de Distribucion.....	253
Tabla 80 Informacion complementaria de Sol de Tasajera.....	254
Tabla 81 Servicios del Centro Recreativo Costa del Sol	256
Tabla 82 Servicios Complementarios del Centro Recreativo Costa del Sol.....	256
Tabla 83 Canales de Distribución	257
Tabla 84 Informacion Complementaria	258
Tabla 85 Servicios de la Tortuga Village	260
Tabla 86 Complementos a los Servicios de la Tortuga Village	260
Tabla 87 Canales de Distribución de la Tortuga Village	262
Tabla 88 Características Extras de la Tortuga Village.....	262
Tabla 89 Servicios de Restaurante	264
Tabla 90 Servicios Complementarios	265
Tabla 91 Menú Restaurante Brisas del Golfo.....	266
Tabla 92 Servicios que ofrece el Restaurante “Zacatillo Tours”	268
Tabla 93 Servicios complementarios Restaurante “Zacatillo Tours”	269
Tabla 94 Servicios que ofrece La Tortuga Verde.....	274
Tabla 95 Servicios complementarios La Tortuga Verde	275
Tabla 96 Canales de Distribución de la Tortuga Verde	275
Tabla 97 Características Extras de La Tortuga Verde	276
Tabla 98 Servicios que ofrece el Hotel y Restaurante MAR&SOL	280
Tabla 99 Menú de Hotel y Restaurante MAR&SOL.....	280
Tabla 100 Canales de Distribución Hotel y Restaurante MAR&SOL	281
Tabla 101 Características Extras Hotel y Restaurante MAR&SOL.....	281
Tabla 102 Servicios del Restaurante Stephany	284
Tabla 103 Servicios Complementarios del Restaurante Stephany.....	284
Tabla 104 Canales de Distribución del Restaurante Stephany.....	285
Tabla 105 Características Extras del Restaurante Stephany	285
Tabla 106 Servicios del Restaurantes Flotantes.....	286
Tabla 107 Complementos a los servicios de los Restaurantes Flotantes.....	287
Tabla 108 Canales de Distribución de los Restaurantes Flotantes.....	287

Tabla 109 Características extras de los Restaurantes Flotantes	288
Tabla 110 Servicios que ofrece Restaurante Cayukito	289
Tabla 111 Servicios Complementarios que ofrece Cayukito.....	289
Tabla 112 Características Extras del Restaurante Cayukito	290
Tabla 113 Servicios Complementarios del Restaurante Sr. Tiburón	292
Tabla 114 Características Extras del Restaurante Sr. Tiburón	292
Tabla 115 Servicios Complementarios del Restaurante La Mariscada	294
Tabla 116 Características Extras del Restaurante La Mariscada	294
Tabla 117 Servicios y Precios del Eco Parque El Espino	296
Tabla 118 Características Extras del Eco Parque El Espino	296
Tabla 119 Servicios y Precios de La Puerta del Diablo	297
Tabla 120 Características Extras de La Puerta del Diablo	298
Tabla 121 Servicios y Precios de Tehuacán	299
Tabla 122 Características Extras de Tehuacán	299
Tabla 123 Servicios y Precios de Hostal Miramundo	300
Tabla 124 Características Extras del Hostal Miramundo.....	300
Tabla 125 Perfil de Competencia Directa.....	302
Tabla 126 Perfil Competencia Indirecta	304
Tabla 127 Probabilidad de Éxito y Fracaso Jóvenes	309
Tabla 128 Población de Jóvenes.....	309
Tabla 129 Encuestas por Zona.....	310
Tabla 130 Probabilidad de Éxito y Fracaso para Familias	310
Tabla 131 Población de Hogares	311
Tabla 132 Encuesta de Hogares por Zona	311
Tabla 133 Registro de Tickets año 2016. Fuente: Colector de Tickets.....	322
Tabla 134 Registro de Tickets año 2017. Fuente: Colector de Tickets.....	323
Tabla 135 Tipo de vehículos que se estacionan. Fuente: Elaboración propia	324
Tabla 136 Afluencia de Turistas en 2016. Fuente: Elaboración propia.....	325
Tabla 137 Afluencia de Turistas hasta Abril de 2017. Fuente: Elaboración propia.....	325
Tabla 138 Turistas que se embarcaron el 14 de Abril. Fuente: Elaboración propia	326
Tabla 139 Cálculo de lugares preferidos	327
Tabla 140 Turistas que se embarcan.....	327
Tabla 141 Visitantes de las rutas turísticas. Fuente: CORSATUR	328
Tabla 142 Demanda Mensual.....	330
Tabla 143 Proyecciones de la demanda 5 años	331
Tabla 144 Terminología de Bienes Directos e Indirectos	334
Tabla 145 Área de Capacitación CONAMYPE	347
Tabla 146 Área de Asistencia Técnica CONAMYPE	347
Tabla 147 Área de Biblioteca.....	347
Tabla 148 Área de Asesorías CONMYPE.....	348
Tabla 149 Datos Relevantes CONAMYPE	348
Tabla 150 Organización We Effect	360
Tabla 151 Cooperación BID	361
Tabla 152 Cooperación Aecid.....	361

Tabla 153 Características de los Utensilios	366
Tabla 154 Características de los Desechables	366
Tabla 155 Característica de Mobiliario	367
Tabla 156 Insumos de mobiliario	368
Tabla 157 Insumo de limpieza.....	368
Tabla 158 Accesorios de higiene personal	369
Tabla 159 Actividades recreativas.....	369
Tabla 160 Maquinaria existente.....	369
Tabla 161 Equipo de seguridad	370
Tabla 162 Equipo e Insumos	370
Tabla 163 Precios del Pescado en Bahía de Jiquilisco	371
Tabla 164 Proveedores de camarón	372
Tabla 165 Proveedores de agua.....	373
Tabla 166 Proveedor de agua dulce.....	373
Tabla 167 Precio de Proveedores de Bebida.....	373
Tabla 168 Precios Proveedor de Gasolina.....	373
Tabla 169 Proveedores de Insumos	376
Tabla 170 Proveedor despensa de Don Juan	378
Tabla 171 Proveedor Maxi Despensa.....	380
Tabla 172 Proveedor Mini Tienda Galo.....	381
Tabla 173 Proveedor Tienda Morena.....	382
Tabla 174 Tour operadores	396
Tabla 175 Bahía de Jiquilisco y atractivos	402
Tabla 176 Información sobre la Cooperativa Punta Real de R.L.....	404
Tabla 177 Aspectos destacados de la Cooperativa Punta Real de R.L.,	406
Tabla 178 Margen de Utilidad en Operaciones.....	407
Tabla 179 Categorías del Inventario Turístico.....	408
Tabla 180 Inventario Planta Turística.....	408
Tabla 181 Ventajas Comparativas vrs Competitivas	410
Tabla 182 Afluencia de Turistas en 2016. Fuente: Elaboración propia.....	412
Tabla 183 Afluencia de Turistas hasta Abril de 2017. Fuente: Elaboración propia.....	412
Tabla 184 Calculo de lugares preferidos	413
Tabla 185 Servicios Usuales de la Competencia Directa Nacional.....	415
Tabla 186 Instituciones y Abastecimiento	421
Tabla 187 Proveedores de insumos	422
Tabla 188 Índice de Desarrollo Humano en Puerto El Triunfo.....	436
Tabla 189 Desglose del Consejo de Administración de la Cooperativa Punta Real de R, L.,	445
Tabla 190 Desglose del Consejo de Vigilancia.....	445
Tabla 191 Organigrama Propuesto	471
Tabla 192 Capacitaciones a Implementar	502
Tabla 193 Requerimientos Programa Organización y Administración	528
Tabla 194 Componentes del Plano de Servicio	535
Tabla 195 Descripción de Restaurante.....	547
Tabla 196 Requerimientos de restaurante	549

Tabla 197 Descripción Alojamiento	550
Tabla 198 Descripción de rancho hamaquero	551
Tabla 199 Descripción de rancho Sombrilleros.....	551
Tabla 200 Descripción de lancha para transporte de turistas	552
Tabla 201 Descripción de la piscina	553
Tabla 202 Descripción de la Cancha de futbol playa.....	553
Tabla 203 Recursos turísticos en la Bahía de Jiquilisco	554
Tabla 204 Requerimientos generales.....	562
Tabla 205 Características del sendero a incorporar.....	566
Tabla 206 Requerimientos de sendero	568
Tabla 207 Productos a comercializar en estación de boquitas y bebidas.....	570
Tabla 208 Requerimientos de estación de boquitas y bebidas.....	577
Tabla 209 Productos a comercializar en estación de raspados	578
Tabla 210 Requerimiento de estación de raspados.....	582
Tabla 211 Requerimientos en área de descanso	583
Tabla 212 Requerimientos en centro de interpretación ambiental	584
Tabla 213 Productos a comercializar en estación de Bar.....	586
Tabla 214 Requerimientos en estación de Bar	590
Tabla 215 Requerimientos en área de Spa	593
Tabla 216 Carga Turística de Restaurante.....	596
Tabla 217 Capacidad Ranchos Sombrilleros.....	596
Tabla 218 Capacidad Ranchos Hamaqueros	596
Tabla 219 Capacidad del Alojamiento.....	597
Tabla 220 Capacidad Nueva del Alojamiento	597
Tabla 221 Capacidad Nueva de Ranchos Sombrilleros	597
Tabla 222 Capacidad de Estación de Bocadillos y Bebidas	597
Tabla 223 Capacidad del Área de Descanso.....	597
Tabla 224 Capacidad de Estación de Raspados.....	598
Tabla 225 Capacidad del Spa.....	598
Tabla 226 Capacidad Estación de Bar.....	598
Tabla 227 Centro de Interpretación Ambiental	598
Tabla 228 Área de Juego para niños	598
Tabla 229 Capacidad del Sendero	599
Tabla 230 Requerimientos para Hamaqueros	601
Tabla 231 Requerimientos Piscina	602
Tabla 232 Requerimientos de espacio áreas actuales	603
Tabla 233 Requerimiento de espacio área de cocina	603
Tabla 234 Requerimientos de espacio de sanitarios.....	603
Tabla 235 Infraestructura Bar	604
Tabla 236 Infraestructura Spa	605
Tabla 237 Infraestructura Centro de Interpretación Ambiental	607
Tabla 238 Infraestructura de Estación de Bocadillos y Bebidas.....	608
Tabla 239 Infraestructura Estación de Raspados.....	610
Tabla 240 Infraestructura Área de Descanso	611

Tabla 241 Infraestructura de Sendero	612
Tabla 242 Tramos a considerar en Sendero.....	618
Tabla 243 Areas que conforman el sendero	620
Tabla 244 Hoja de trabajo de relación de actividades	622
Tabla 245 Espacios Físicos Finales.....	625
Tabla 246 Formato lista de chequeo.....	638
Tabla 247 Formato registro de empleados	639
Tabla 248 Registro para capacitaciones.....	639
Tabla 249 Codigo de catalogo de cuentas.....	639
Tabla 250 Estructura de codificacion de catalogo de cuentas.....	640
Tabla 251 Catalogo de cuentas Activo	640
Tabla 252 Catalogo de cuentas Pasivo	641
Tabla 253 Catalogo de cuentas Cuentas liquidadoras	641
Tabla 254 Manual de aplicación parte I.....	642
Tabla 255 Manual de aplicación parte II.....	644
Tabla 256 Manual de Aplicacion parte III.....	646
Tabla 257 Formulario de Registro de Caja	647
Tabla 258 Formato de Registro de Cuentas por Cobrar.....	647
Tabla 259 Formato de Registro de Ventas.....	648
Tabla 260 Formato de Registro de Compras.....	648
Tabla 261 Formulario Resgistro de Depreciacion	648
Tabla 262 Formato de Libro Mayor.....	649
Tabla 263 Formato de Cuentas y Saldos	649
Tabla 264 Formato para Balances.....	649
Tabla 265 Ejemplificacion de Estado de Resultado.....	650
Tabla 266 Sistemas Administrativos de Apoyo	650
Tabla 267 Proyección de la Demanda Turística	651
Tabla 268 Precio de los paquetes.....	651
Tabla 269 Rango de presupuesto.....	652
Tabla 270 Proyección de paquete" básico"	652
Tabla 271 Proyección de paquete "pase del día".....	653
Tabla 272 Proyección paquete "todo incluido"	653
Tabla 273 Proyección de paquete "Premium"	653
Tabla 274 Requerimientos para el Programa de Producto Turistico	657
Tabla 275 Rasgos destacados del Consumidor parte I.....	660
Tabla 276 Rasgos destacados del Consumidor parte II.....	660
Tabla 277 Propuesta de Diseño de Logos	662
Tabla 278 Requerimientos para el Programa de Promocion y Marketing.....	673
Tabla 279 Categorización del Riesgo.....	680
Tabla 280 Niveles de Riesgo para BANDESAL	682
Tabla 281 CONAMYPE y su Soporte Técnico.....	685
Tabla 282 Requerimientos para el Programa de Financiamiento.....	687
Tabla 283 Requerimientos para el Programa de Gestion de Relaciones y Cooperacion	690
Tabla 284 Encuesta de Satisfacción para el Cliente	694

Tabla 285 Programa de mantenimiento	696
Tabla 286 Frecuencia de Evaluaciones.....	697
Tabla 287 Programacion de la Inspección.....	700
Tabla 288 Control de Registro de Ingredientes.....	704
Tabla 289 Análisis de Peligros	705
Tabla 290 Comparación de sistemas de energía solar	713
Tabla 291 Características Eléctricas	717
Tabla 292 Características mecánicas.....	717
Tabla 293 Características respecto a la Irradiancia.....	717
Tabla 294 Degradación de los Solidos I.....	718
Tabla 295 Degradación de los Solidos II.....	718
Tabla 296 Distancias de plantación.....	725
Tabla 297 Características Técnicas de los Insumos.....	732
Tabla 298 Consideraciones de compra de Insumos - Mobiliario y Equipo	734
Tabla 299 Fuente: CONACYT	738
Tabla 300 Requerimientos del Programa Calidad Turística y Sostenibilidad Ambiental	743
Tabla 301 Escala de Colores	745
Tabla 302 Áreas a Señalizar.....	748
Tabla 303 Ejemplos de señalización.....	750
Tabla 304 Requerimientos del Proyecto Señalización	751
Tabla 305 Capacidad Instalada.....	753
Tabla 306 Análisis de Capacidad instalada servicios de estadía, hospedaje y servicio de lancha	753
Tabla 307 Puntos a verificar	759
Tabla 308 Efectos potenciales de la topografía	759
Tabla 309 Puntos a evaluar	760
Tabla 310 Puntos a examinar	762
Tabla 311 Elementos para definir tareas a realizar.....	765
Tabla 312 Requerimientos del Programa de Contingencia.....	767
Tabla 313 Precio del Terreno	772
Tabla 314 Inversion de Obra Civil.....	773
Tabla 315 Inversion de Mobiliario y Equipo de Restaurante	775
Tabla 316 Inversion de Mobiliario y Equipo de Alojamiento	775
Tabla 317 Inversion de Mobiliario y Equipo de Rancho Hamaquero.....	776
Tabla 318 Inversion de Mobiliario y Equipo de Piscina.....	776
Tabla 319 Inversion de Mobiliario y Equipo de Paseo en Lancha	776
Tabla 320 Inversion Mobiliario y Equipo de Deportes Acuáticos	777
Tabla 321 Inversion Mobiliario y Equipo de Centro de Interpretacion Ambiental	777
Tabla 322 Inversion Mobiliario y Equipo Estacion de Bocadillos y Bebidas.....	778
Tabla 323 Inversion Mobiliario y Equipo Area de Descanso	778
Tabla 324 Mobiliario y Equipo Estacion de Raspados.....	779
Tabla 325 Inversion Mobiliario y Equipo del Bar	779
Tabla 326 Inversion Mobiliario y Equipo Area de Spa	780
Tabla 327 Inversion Mobiliario y Equipo del Sendero	780
Tabla 328 Inversion Mobiliario y Equipo de Compost Casero	780

Tabla 329 Inversion Mobiliario y Equipo de Sanitarios.....	781
Tabla 330 Inversion Mobiliario y Equipo de Camping.....	781
Tabla 331 Inversion Equipo para Sistema Eléctrico	781
Tabla 332 Inversion Equipo de Señalización	782
Tabla 333 Inversion Equipo para Publicidad	782
Tabla 334 Inversion Mobiliario y Equipo de Oficina	783
Tabla 335 Resumen de Inversion Fija Tangible	784
Tabla 336 Inversion de Investigacion y Estudios Previos	785
Tabla 337 Inversion de Organización Legal.....	786
Tabla 338 Inversion de Administración del Proyecto	786
Tabla 339 Inversion de Puesta en Marcha.....	788
Tabla 340 Inversion de Sistemas Administrativos.....	788
Tabla 341 Inversion de Publicidad y Promoción	789
Tabla 342 Resumen de Inversion Intangible	789
Tabla 343 Descripción de la inversión fija e imprevisto.....	789
Tabla 344 Inventario Mariscos	793
Tabla 345 Inventario de Carnes	793
Tabla 346 Inventario Insumos	795
Tabla 347 Inventario de Bebida de Restaurante.....	796
Tabla 348 Inventario para Estacion de Bocadillos y Bebidas	797
Tabla 349 Inventario de Estacion de Raspados.....	797
Tabla 350 Inventario para Bar	798
Tabla 351 Inventario Area de Spa	798
Tabla 352 Resumen de Inventario.....	798
Tabla 353 Mano de Obra Directa	799
Tabla 354 Salario del Guia Turistico	800
Tabla 355 Salario del Lancharo	800
Tabla 356 Resumen de Mano de Obra Directa Salarios.....	801
Tabla 357 Salario Mano de Obra Indirecta	802
Tabla 358 Total de salarios.....	802
Tabla 359 Costo de Agua Dulce para Restaurante	803
Tabla 360 Consumo de agua para Estacion de Bocadillos y Bebidas.....	804
Tabla 361 Consumo de agua para Estacion de Raspados	804
Tabla 362 Consumo de agua para el Bar.....	805
Tabla 363 Presupuesto consumo de agua para el Centro Ecoturistico.....	805
Tabla 364 Cantidad de agua utilizada en Duchas y Sanitarios	806
Tabla 365 Consumo de agua en oficina	806
Tabla 366 Consumo de agua para tomar en oficina	807
Tabla 367 Presupuesto de agua oficinas.....	807
Tabla 368 Consumo de energía eléctrica de oficinas.....	808
Tabla 369 Cargo de energía eléctrica de oficina	808
Tabla 370 Consumo de energía eléctrica de oficinas.....	808
Tabla 371 Consumo de Telefono e Internet.....	809
Tabla 372 Consumo por comunicaciones en oficinas	809

Tabla 373 Consumo de Gasolina	809
Tabla 374 Consumo de combustible	810
Tabla 375 Consumo de Los Destructibles	810
Tabla 376 Costos de papelería	811
Tabla 377 Presupuesto de Papelería y Utilería	811
Tabla 378 Costo mensual de Publicidad.....	812
Tabla 379 Resumen Capital de Trabajo.....	813
Tabla 380 Inversión Total	815
Tabla 381 Fuentes y Proveedores para Restaurante	816
Tabla 382 Fuentes y Proveedores para Alojamiento	817
Tabla 383 Fuente y Proveedores para Hamaqueros.....	817
Tabla 384 Fuente y Proveedores para Piscina	817
Tabla 385 Fuente y Proveedores para Servicios Acuaticos.....	818
Tabla 386 Fuente y Proveedores para Estacion de Bocadillos y Bebidas	818
Tabla 387 Fuente y Proveedores para Estacion de Raspados.....	819
Tabla 388 Fuentes y Proveedores para Bar.....	819
Tabla 389 Fuentes y Proveedores para Compost Casero.....	820
Tabla 390 Fuente y Proveedores de Equipo de Camping.....	820
Tabla 391 Fuente y Proveedores para Sistema Electrico	820
Tabla 392 Fuente y Proveedores para Señalización.....	821
Tabla 393 Fuente y Proveedores para Equipo para Publicidad	821
Tabla 394 Fuente y Proveedores para Oficina	821
Tabla 395 Fuentes y Proveedores para Puesta en Marcha.....	822
Tabla 396 Fuente y Proveedores para Software	822
Tabla 397 Fuentes y Proveedores para Diseños de Publicidad.....	823
Tabla 398 Fuentes y Proveedores para Mariscos.....	823
Tabla 399 Fuente y Proveedores para Carnes.....	823
Tabla 400 Fuentes y Proveedores de Insumos Varios.....	825
Tabla 401 Inventario de Bebida de Restaurante.....	826
Tabla 402 Fuentes y Proveedores Insumos para Estacion de Bocadillos y Bebidas	826
Tabla 403 Fuentes y Proveedores de Estacion de Raspados.....	827
Tabla 404 Fuentes y Proveedores para Bar.....	827
Tabla 405 Fuentes y Proveedores para Area de Spa.....	827
Tabla 406 Fuentes y Proveedores para Destructibles.....	828
Tabla 407 Fuentes y Proveedores para Papeleria y Utileria	828
Tabla 408 Fuentes y Proveedores para Mercadeo Visual	829
Tabla 409 Costos Operativos.....	832
Tabla 410 Costos Administrativos	832
Tabla 411 Costos de Comercializacion	833
Tabla 412 Costos de Prestacion de Servicios	834
Tabla 413 Depreciacion de Obra Civil	836
Tabla 414 Depreciacion de Restaurante	838
Tabla 415 Depreciacion Alojamiento	839
Tabla 416 Depreciacion Rancho Hamaquero.....	839

Tabla 417 Depreciacion Piscina	840
Tabla 418 Depreciacion Paseo en Lancha	841
Tabla 419 Depreciacion Deportes Acuáticos.....	841
Tabla 420 Depreciacion Centro de Interpretacion Ambiental	842
Tabla 421 Depreciacion Estacion de Bocadillos y Bebida	843
Tabla 422 Depreciacion Area de Descanso	843
Tabla 423 Depreciacion Estacion de Raspados	844
Tabla 424 Depreciacion Mobiliario y Equipo del Bar	845
Tabla 425 Depreciacion Mobiliario y Equipo Area de Spa	846
Tabla 426 Depreciacion Mobiliario y Equipo del Sendero	846
Tabla 427 Depreciacion Mobiliario y Equipo de Compost Casero	847
Tabla 428 Depreciacion Mobiliario y Equipo de Sanitarios.....	847
Tabla 429 Depreciacion Mobiliario y Equipo de Camping	848
Tabla 430 Depreciacion Equipo para Sistema Eléctrico	848
Tabla 431 Depreciacion Equipo de Señalización	849
Tabla 432 Depreciacion Equipo para Publicidad	849
Tabla 433 Depreciacion Mobiliario y Equipo de Oficina	850
Tabla 434 Resumen de todas las Depreciaciones	851
Tabla 435 Amortizacion de inversion directa.....	852
Tabla 436 Inversion nueva total.....	856
Tabla 437 Especificacion del Prestamo	856
Tabla 438 Descripcion de los intereses y cuotas a pagar por el prestamo	858
Tabla 439 Costos de Prestacion de Servicios Variables	859
Tabla 440 Costos Variables Mensual y Anual.....	859
Tabla 441 Costos Administrativos	860
Tabla 442 Costos Administrativos Mensuales.....	861
Tabla 443 Costos de Comercializacion	861
Tabla 444 Costos de Comercializacion Mensuales.....	862
Tabla 445 Costos Financieros Intereses	862
Tabla 446 Determinacion de los Costos por Servicio	862
Tabla 447 Costos Unitarios por Servicio Ofrecido.....	863
Tabla 448 Costos Unitarios de Comercializacion, Administrativos y Financieros	865
Tabla 449 Costo Unitario Variable por Servicio.....	867
Tabla 450 Costos Unitario por Prestacion de Servicios.....	871
Tabla 451 Costo Unitario Total de por cada Servicio	872
Tabla 452 Costos de los Servicios Ofertados por Punta Real	873
Tabla 453 Costo Unitario por Paquete	873
Tabla 454 Formato para Partidas Presupuestarias	883
Tabla 455 Ejemplo de Partidas Presupuestarias	884
Tabla 456 Presupuesto de Gastos	886
Tabla 457 Precios de algunos Competidores	887
Tabla 458 Precios de cada Paquete Turistico.....	888
Tabla 459 Margen de Utilidad por Paquete	888
Tabla 460 Costos Fijos y Variables para Punto de Equilibrio	889

Tabla 461 Punto de Equilibrio en Unidades	889
Tabla 462 Punto de Equilibrio Mensual	889
Tabla 463 Punto de Equilibrio General	890
Tabla 464 Punto de Equilibrio Unidades Monetarias.....	890
Tabla 465 Punto de Equilibrio General en Unidades Monetarias	891
Tabla 466 Margen de Seguridad	891
Tabla 467 Pronostico de Ventas.....	892
Tabla 468 Pronostico de Ventas Paquete 1	892
Tabla 469 Pronostico de Ventas Paquete 2	893
Tabla 470 Pronostico de Ventas Paquete 3	893
Tabla 471 Pronostico de Ventas Paquete 4	894
Tabla 472 Ingresos por Ventas Paquete 1.....	895
Tabla 473 Ingresos por Ventas Paquete 2.....	896
Tabla 474 Ingresos por Ventas Paquete 3.....	897
Tabla 475 Ingresos por Ventas Paquete 4.....	898
Tabla 476 Ingresos totales	899
Tabla 477 Egresos Anuales Paquete 1.....	900
Tabla 478 Egresos Anuales Paquete 2.....	901
Tabla 479 Egresos Anuales Paquete 3.....	902
Tabla 480 Egresos por Paquete 4	903
Tabla 481 Egresos Totales Anuales	904
Tabla 482 Estado de Resultado Paquete 1.....	906
Tabla 483 Estado de Resultado paquete 2.....	907
Tabla 484 Estado de Resultado Paquete 3.....	908
Tabla 485 Estado de Resultado Paquete 4.....	909
Tabla 486 Estado de Resultado General Mensual Año 1	910
Tabla 487 Estado de Resultado General Mensual Año 1 Continuacion.....	910
Tabla 488 Estado de Resultado General para 5 años.....	911
Tabla 489 Estado de Flujo de Efectivo Mensual.....	912
Tabla 490 Continuacion del Estado de Flujo de Efectivo Mensual	913
Tabla 491 Estado de resultados anual	914
Tabla 492 Balance General para los proximos 5 años.....	916
Tabla 493 Tasa de Inflacion Actualizada7	918
Tabla 494 Inflacion Proyectada	919
Tabla 495 Tasas de Interés Pasivas, actualizado del 1 al 31 de septiembre de 2017	919
Tabla 496 Criterio de decisión sobre TIR.....	921
Tabla 497 Rotación de activos totales.....	925
Tabla 498 Margen de utilidad en operaciones.....	926
Tabla 499 ROE	926
Tabla 500 ROA	926
Tabla 501 Razón de deuda total.....	927
Tabla 502 Datos escenario 1	927
Tabla 503 Rotación de activos totales.....	928
Tabla 504 Margen de utilidad en operaciones.....	928

Tabla 505 ROE	928
Tabla 506 ROA.....	928
Tabla 507 Razón de deuda total.....	929
Tabla 508 Datos escenario 2	930
Tabla 509 Rotación de activos totales.....	930
Tabla 510 Margen de utilidad en operaciones.....	930
Tabla 511 ROE	931
Tabla 512 ROA.....	931
Tabla 513 Razón de deuda total.....	931
Tabla 514 Población aproximada del Municipio de Jiquilisco.....	933
Tabla 515 Hombres y mujeres a contratar en Centro Eco turístico Punta Real.....	933
Tabla 516 Empleos Directos	937
Tabla 517 Censo de población 2007. Porcentaje de servicios en el Municipio de Jiquilisco	941
Tabla 518 Elaboración propia con investigación de campo, entrevista a pobladores.....	942
Tabla 519 Resumen Mano de Obra directa / Evaluacion Social.....	943
Tabla 520 Tabla Índice de estudios en el Municipio de Jiquilisco	944
Tabla 521 Descripción de los Riesgos.....	948
Tabla 522 Parametros de valoracion matriz de Leopold	949
Tabla 523 Matriz de Leopold.....	950
Tabla 524 Indicadores de la Evaluacion Tecnica del Proyecto.....	959
Tabla 525 Descripción de Entregable.....	964
Tabla 526 Descripción de las Actividades del ADP.....	970
Tabla 527 Información de la Red del ADP	971
Tabla 528 Holgura Total de cada Actividad.....	975
Tabla 529 Funciones del Personal para la Administracion del Proyecto	976
Tabla 530 Información de entrada para la planificación de riesgos	977
Tabla 531 Actividades de la ruta critica	977
Tabla 532 Identificación de riesgos	978
Tabla 533 Probabilidad e Impactos.....	979
Tabla 534 Marcador de riesgos.....	979
Tabla 535 Rango de los Riesgos	979
Tabla 536 Riesgos del proyecto.....	981
Tabla 537 Matriz de riesgos.....	983
Tabla 538 Precios de Bahía Sport.....	1039
Tabla 539 Precios del Menu de Solisal	1043
Tabla 540 Precios de Menu El Delfin.....	1045
Tabla 541 Precios de Sol de Tasajera	1048
Tabla 542 Menú de La Tortuga Verde	1050
Tabla 543 Estado de Resultado Total Año 1.....	1110
Tabla 544 Estado de Resultado Total Año 2.....	1110
Tabla 545 Estado de Resultado Total Año 3.....	1111
Tabla 546 Estado de Resultado Total Año 4.....	1111
Tabla 547 Estado de Resultado Total Año 5.....	1112
Tabla 548 Balance General Mensual para año 1.....	1114

Tabla 549 Continuacion Balance General Mensual para año 1	1115
Tabla 550 Estado de Resultado Paquete 1 escenario 1	1116
Tabla 551 Estado de Resultado paquete 1 escenario 1 parte II.....	1116
Tabla 552 Estado de Resultado Paquete 2 escenario 1	1116
Tabla 553 Estado de Resultado paquete 2 escenario 1 continuacion	1117
Tabla 554 Estado de resultado paquete 3 escenario 1	1117
Tabla 555 Estado de resultado paquete 3 escenario 1 parte II.....	1118
Tabla 556 Estado de resultado paquete 4 escenario 1	1118
Tabla 557 Estado de resultado paquete 4 escenario 1 parte II.....	1119
Tabla 558 Estado de resultados año 1 escenario 1	1120
Tabla 559 Estado de resultado año 2 escenario 1	1120
Tabla 560 Estado de resultado año 3 escenario 1	1120
Tabla 561 Estado de resultado año 4 escenario 1	1121
Tabla 562 Estado de resultado escenario 1	1121
Tabla 563 Estado de resultado general año 1 escenario 1	1122
Tabla 564 Estado de resultado general año 1 escenario 1 continuacion	1122
Tabla 565 Estado de resultado años 1 al 5 escenario 1	1123
Tabla 566 Estado de flujo de efectivo mensual año 1 escenario 1	1124
Tabla 567 Estado de flujo de efectivo general mensual año 1 escenario 1 continuacion	1125
Tabla 568 Estado de flujo de efectivo anual escenario 1.....	1125
Tabla 569 Balance general mensual año 1 escenario 1	1126
Tabla 570 Balance general mensual año1 escenario 1	1127
Tabla 571 Balance general anual escenario 1	1128
Tabla 572 Estado de Resultado paquete 1 escenario 2	1129
Tabla 573 Estado de resultado paquete 1 escenario 2 contnuacion	1130
Tabla 574 Estado de resultado paquete 2 escenario 2	1130
Tabla 575 Estado de resultado paquete 2 escenario 2 continuacion	1130
Tabla 576 Estado de resultado paquete 3 escenario 2	1131
Tabla 577 Estado de resultado paquete 3 escenario 2	1131
Tabla 578 Estado de resultado paquete 4 escenario 2	1132
Tabla 579 Estado de resultado paquete 4 escenario 2	1132
Tabla 580 Estados de resultados año 1 escenario 2	1133
Tabla 581 estado de resultado año 2 escenario 2	1133
Tabla 582 Estado de resultado año 3 escenario 2	1133
Tabla 583 Estado de resultado año 4 escenario 2	1134
Tabla 584 Estado de resultado año 5 escenario 2	1134
Tabla 585 Estado de resultado general año 1 escenario 2	1135
Tabla 586 Estado de resultado general año 1 escenario 2 continuacion	1135
Tabla 587 Estado de resultado general año 1 - 5 escenario 2	1136
Tabla 588 Estado de flujo de efectivo general mensual año 1	1137
Tabla 589 Estado de efectivo general mensual año continuación.....	1138
Tabla 590 Estado de flujo de efectivo anual	1138
Tabla 591 Balance general mensual año1.....	1139
Tabla 592 Balance general mensual año 1 continuación	1141

Tabla 593 Balance general anual 5 años	1142
Tabla 594 Pasos para solicitar permiso ambiental.....	1144

CONTENIDO DE DIAGRAMAS

Diagrama 1 Metodología General	2
Diagrama 2 Modelo teórico de enfoque espacial de Marriot.....	29
Diagrama 3 Modelo teórico de enfoque espacial de Palhares	30
Diagrama 4 Modelo teórico del enfoque espacial de Leiper	32
Diagrama 5 Modelo teórico de enfoque estructural de Inskeep	33
Diagrama 6 Modelo teórico de enfoque estructural de Moscardo	35
Diagrama 7 Modelo teórico del enfoque estructural de Hall	36
Diagrama 8 Modelo teórico de enfoque estructural de Beni	37
Diagrama 9 Abordaje de la Investigación del Entorno	111
Diagrama 10 Jerarquía de los Atractivos.....	161
Diagrama 11 Competencia visitada en Etapa de Diagnostico.....	196
Diagrama 12 Mercado de aprovisionamiento.....	335
Diagrama 13 Platillos de Punta Real.....	362
Diagrama 14 Abordaje del Diagnostico.....	400
Diagrama 15 Perfil del Turista en Familia.....	410
Diagrama 16 Perfil del Turista en Familia II.....	411
Diagrama 17 Perfil del Turista Joven.....	411
Diagrama 18 Diamante de Competitividad para Punta San Juan del Gozo	429
Diagrama 19 Árbol de Problemas para Punta San Juan del Gozo	430
Diagrama 20 Relaciones entre los componentes del Plan de Desarrollo Turístico.....	440
Diagrama 21 Metodología de Implementacion de Manual	470
Diagrama 22 Capacitaciones en sistema	497
Diagrama 23 Proceso de la Capacitacion	498
Diagrama 24 Implementacion de las capacitaciones	500
Diagrama 25 Plano de Servicio (Blueprint) de la Prestación de Servicio General.....	534
Diagrama 26 Ventajas de Diseñar un Paquete Turístico	536
Diagrama 27 Desventajas de Diseñar un Paquete Turístico	536
Diagrama 28 Metodología para Diseñar Paquetes Turísticos	539
Diagrama 29 Diagrama de Relaciones.....	621
Diagrama 30 Diagrama de Flujo para reservación de paquetes	627
Diagrama 31 Flujo de Restaurante.....	628
Diagrama 32 Flujo de Paseo en Lancha.....	629
Diagrama 33 Flujo Ranchos Hamaquero	630
Diagrama 34 Flujos Ranchos Sombrilleros	631
Diagrama 35 Flujo Uso de Piscina	632
Diagrama 36 Flujo Servicio de Senderismo	633
Diagrama 37 Flujo para Uso de Cancha de Fútbol	634
Diagrama 38 Flujo para deportes acuaticos.....	635
Diagrama 39 Plano de Servicio para la Prestación de Servicios en General	636

Diagrama 40 Plano de Servicio para Alojamiento	637
Diagrama 41 Metodología de Evaluaciones	770
Diagrama 42 Metodología para las Evaluaciones Economica y Financiera.....	917
Diagrama 43 Metodología de evaluación financiera	924
Diagrama 44 Generacion de Empleo de Evaluacion Social	938
Diagrama 45 Metodología de la Evaluacion Ambiental	945
Diagrama 46 Metodología del ADP	961
Diagrama 47 Estructura de Desglose de Trabajo	962
Diagrama 48 Desglose de Entregables	962
Diagrama 49 Estructura Jerarquica para el ADP	976

CONTENIDO DE GRAFICAS

Grafica 1 Registro de Tickets emitidos en 2016	322
Grafica 2 Registro de Tickets año 2017. Fuente. Colector de Tickets	323
Grafica 3 Comparación de registro de Tickets. Fuente. Elaboración Propia.....	324
Grafica 4 Comportamiento de la Demanda	330
Grafica 5 Afluencia turística 2016 - 2017	413
Grafica 6 Presupuesto de Gastos de los Turistas	886

INTRODUCCION

INTRODUCCION

El turismo en El Salvador en los últimos años ha crecido, convirtiéndose en el segundo rubro que más ingresos genera, dinamizando la economía del país pero que aún no ha sido utilizado en su totalidad, es por ello que se deben tomar medidas, ya que el país cuenta con muchos recursos naturales que no están siendo aprovechados, algunos de ellos catalogados como reservas naturales, las cuales son fundamentales para el desarrollo económico, social y cultural del país.

Para el desarrollo del presente trabajo se desglosa en los siguientes capítulos: marco referencial, investigación de la realidad del entorno, investigación de los mercados, diagnóstico, diseño del plan de desarrollo turístico y evaluaciones.

En el capítulo de marco referencial se abordó en 4 líneas: el marco teórico donde se recolecta información general sobre el turismo. El marco contextual en el cual se abordó más a fondo sobre el turismo, como antecedentes e historia del turismo. El marco institucional donde se abordaron aquellas instituciones relacionadas al turismo en el país. El marco legal en el cual se abordaron las leyes y políticas que regulan el turismo en el país.

En el capítulo de investigación del entorno se recolecta información sobre la Bahía de Jiquilisco, la contraparte la cual se identifica como cooperativa Punta Real, y el levantamiento del inventario turístico e inventario de la planta turística.

El capítulo de investigación de los mercados en el cual se abordaron en 4 líneas: el mercado consumidor que es uno de los más importantes ya que este es donde se recolecta información primaria sobre gustos y preferencias de los turistas, así como proyecciones de demanda. Se abordó el mercado competidor en el cual se estudió la competencia a nivel nacional, específicamente en los destinos turísticos de mayor importancia en la costa del país y a nivel local en la bahía de Jiquilisco. También se abordó el mercado de apoyo y soporte y el mercado distribuidor

En el capítulo de diagnóstico el cual es una fotografía de la situación actual del lugar en estudio. Actualmente en la zona los únicos ingresos que poseen son el de la pesca artesanal y la agricultura, además de un pequeño Centro Ecoturístico que brinda servicio de restaurante y paseos en lancha además de ofrecer la una playa atractiva.

La Península San Juan del Gozo ubicada en la Bahía de Jiquilisco, catalogada a nivel internacional como zona Ramsar, no se están aprovechando los recursos naturales que esta posee para convertirlos en atractivos turísticos, es por ello que en este capítulo se elabora un diagnóstico para la Punta San Juan del Gozo, este con el fin de determinar la situación actual de la zona y sus alrededores, además se determinó el problema central el cual es el Bajo Desarrollo Turístico para La Punta San Juan del Gozo el cual se acrecienta por el bajo Índice de Desarrollo Humano en la zona rural de Puerto el Triunfo.

En el capítulo de diseño del plan de desarrollo se desplegará el Plan de Desarrollo Turístico para la Cooperativa Punta Real de R.L., el cual tendrá 6 líneas estratégicas las cuales serán los programas de Gestión de Relaciones y Cooperación donde se plantearán estrategias sobre las opciones para adquirir el soporte en materia económica entre otros para la realización del Plan de Desarrollo Turístico, también está el programa de Señalización el cual pretende identificar no solo las instalaciones existentes y a incorporar en la Punta San Juan sino también crear un direccionamiento que facilite a los turistas cuando estos arriben en el Malecón sobre la existencia de la Punta San Juan como opción turística, el programa de Promoción y Marketing contendrá las estrategias para promocionar de forma más efectiva la Punta San Juan del Gozo asimismo establecerá un relanzamiento de la marca entre otros, el programa de Organización y Administración que contendrá no solo las estrategias sino los manuales de procedimientos, los manuales de puestos y funciones que permitirá la capacitación del personal en las áreas que se requieran para que este posea las destrezas y conocimientos necesarios para desempeñar los diferentes puestos de trabajo asimismo dentro de este programa se pretende mejorar no solo la imagen sino el servicio que se brindará a los turistas capacitando de esta manera al personal en atención al cliente entre otras áreas, el programa de Calidad Turística y Sostenibilidad Ambiental contendrá las buenas prácticas de turismo que se deben realizar así como el uso de energía solar y la práctica del compost casero tomando en consideración que la zona es una reserva natural y que se debe garantizar un turismo sostenible asimismo se contempla el aseguramiento de la calidad tanto en los servicios como en los productos turísticos que se ofertan, y para finalizar el programa de Productos y Servicios Turísticos, el cual concentrará el diseño de las mejoras e incorporaciones nuevas respecto a la oferta turística que se maneja.

El capítulo de evaluaciones el cual se abordó la evaluación económica con el fin de determinar la viabilidad del plan de desarrollo turístico, la evaluación financiera en la cual se calcularon algunas razones financieras, además del análisis de sensibilidad, también se elaboró la evaluación ambiental para determinar los impactos al medio ambiente de las acciones a ejecutar, también se realizó la evaluación de género, evaluación socio económica. Este capítulo incluye la administración de proyectos en la que se determinó el tiempo de ejecución de cada uno de los proyectos.



OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Diseñar un plan de desarrollo turístico sustentable para la Cooperativa Punta Real de R.L, en el Municipio de Puerto El Triunfo, departamento de Usulután, a fin de promover los atractivos turísticos de la zona, que genere una corriente turística, beneficiando a las comunidades y a los miembros de la Cooperativa Punta Real de R.L.

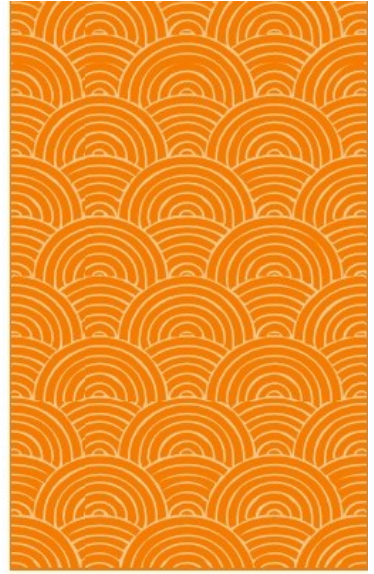
a. OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Definir la metodología que sirva de guía para el desarrollo del diagnóstico que permita el logro de los objetivos.
- Realizar un marco teórico que contenga información referente a la Ley de Turismo que existe en El Salvador, asimismo la Ley de Medio Ambiente, Normas e Instituciones que pertenezcan al sector turismo, para fortalecer los conocimientos de las restricciones e incentivos que existen respecto al turismo y que deben considerarse en especial en la Bahía de Jiquilisco ya que es una Reserva Natural del país.
- Investigar la situación actual de la Punta San Juan del Gozo, incluyendo la investigación de la Cooperativa Punta Real, asimismo la situación actual de la Bahía de Jiquilisco que sirvan de insumo para realizar posteriormente un diagnóstico de la zona.
- Efectuar un inventario de los recursos turísticos de la zona y sus alrededores, para depurar aquellos que sean susceptibles de uso turístico y establecer las acciones de mejoramiento que hagan viable su inclusión en el producto turístico.
- Analizar las ofertas turísticas que se ofrecen tanto en la Bahía de Jiquilisco como las ofertas turísticas similares en la zona costera del País, para determinar qué servicios se ofrecen actualmente a los turistas y el rango de precios en que se mantienen.
- Investigar la demanda bajo la forma de las familias y jóvenes turistas, para filtrar las preferencias a fin de incorporarlas en la propuesta de los atractivos y servicios a ofertar.
- Elaborar un diagnóstico turístico de la zona, esto con el fin de proponer una oferta turística que aproveche los recursos tomando en cuenta su calidad de Reserva Natural y que posicionen a la Punta San Juan del Gozo como destino turístico dentro de las ofertas que existen actualmente en la Bahía de Jiquilisco.

- Conceptualizar una propuesta de solución que sirva como punto de partida para el diseño del Plan de Desarrollo Turístico para la Cooperativa Punta Real.
- Contribuir a mejorar los conocimientos y adiestramiento del personal mediante capacitaciones para reforzar su nivel de educación actual, Diseñar las políticas, valores, perfiles y manuales de procedimientos con los que funcionara la organización para la realización adecuada de la prestación de servicios.
- Diseñar los paquetes turísticos e incorporar nuevos atractivos y el mejoramiento de las instalaciones para diversificar y fortalecer la oferta turística actual.
- Informar y persuadir al mercado objetivo acerca de los productos y servicios turísticos de la zona y de esta manera crear una corriente turística.
- Facilitar el acceso a fuentes de financiamiento para nuevas incorporaciones que se pretenden diseñar para el incremento de la oferta de servicios, la mejora de los atractivos y recursos identificados o de la experiencia turística en los mismos. Diseñar estrategias en el área de seguridad para la zona en estudio de manera que los turistas que la visitan se sientan seguros.
- Facilitar el desplazamiento de los turistas mediante la señalización adecuada de la zona y sus alrededores para incrementar así la información turística.
- Elaborar estrategias para la preservación en la utilización de los recursos y atractivos encontrados así como al incremento de los servicios turísticos de un enfoque de sostenibilidad que permita al mismo tiempo el aprovechamiento y la protección para las futuras generaciones del medio ambiente. Diseñar instrumentos de control de calidad para mejorar la experiencia de los turistas y garantizar el cumplimiento de la prestación de servicios conforme a normativas y procedimientos existentes.
- Plantear estrategias que contrarresten eventos fortuitos para responder de forma breve ante estos por medio de la contención.
- Realizar la evaluación económica y financiera para el plan de desarrollo turístico para la Cooperativa Punta Real de R.L., y de esta manera determinar la viabilidad en el tiempo de la inversión.
- Realizar un análisis de sensibilidad para el plan de desarrollo turístico esto con el fin de analizar el comportamiento en diferentes escenarios del plan.
- Llevar a cabo la evaluación de género para el plan de desarrollo turístico, esto con el fin de garantizar la inclusión de la mujer en el puesto de trabajo y que tanto hombres como mujeres puedan recibir los mismos beneficios.

- Elaborar la evaluación socio económica para el plan de desarrollo turístico y de esta manera determinar la cantidad de empleos generados y la contribución social del plan a la comunidad.
- Determinar la viabilidad ambiental del plan de desarrollo turístico esto con el fin de conocer los impactos de las acciones a ejecutar y proponer medidas de prevención y mitigación.
- Proponer medidas de prevención y mitigación para aquellas acciones que generan algún tipo de contaminación, esto con el fin de que el impacto al ambiente se erradique o se minimice y de esta manera conservar los recursos naturales de la zona.
- Realizar la administración de proyectos para el plan de desarrollo turístico esto con el fin de determinar el tiempo de ejecución del plan y el tipo de organización que ejecutara cada uno de los proyectos.

LIMITACIONES Y ALCANCES



LIMITACIONES

Estadísticas sobre turismo no desagregadas por sectores, pero se cuentan con las estadísticas generadas por la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) vertidas en el informe 2017.

Estadísticas y censos de población desactualizados, el último censo realizado fue en 2007 y el cálculo de los datos se realiza en base a las tasas de crecimiento proyectadas que proporciona la DIGESTYC.

Las estadísticas no clasifican ni especifica el tipo de turismo más realizado en el país pero si se cuenta con una tasa que registra el tipo de visitantes que logro el país donde los turistas representan el 70% y los excursionistas el 30% a nivel de país, el cual está dado en el informe de CORSATUR 2017.

ALCANCES

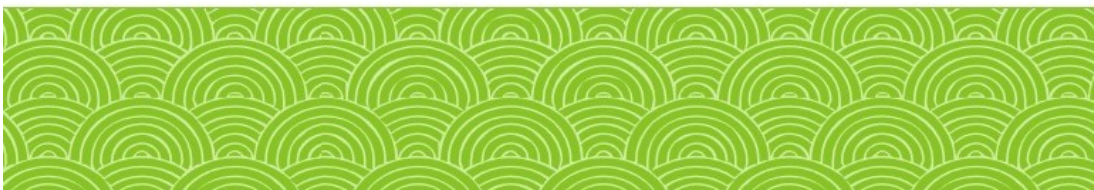
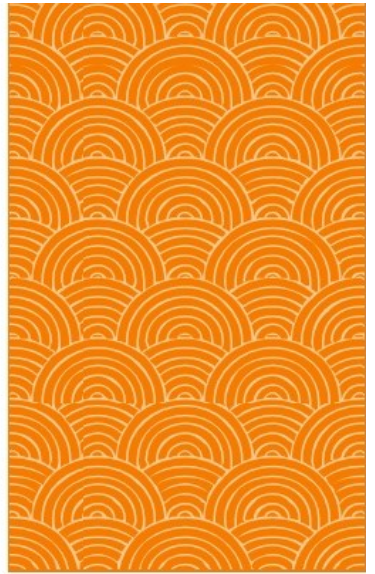
El desarrollo del estudio comprenderá el área geográfica de la zona conocida como la Punta San Juan, en la Península de San Juan del Gozo, perteneciente al Municipio de Puerto El Triunfo, Usulután.

El estudio no abarca la ejecución del Plan de Desarrollo Turístico que se diseñe para Punta San Juan, pero si el establecimiento del plan de implementación del mismo.

El proyecto está encaminado a impulsar el Turismo Sustentable, enfocado al desarrollo de la Punta San Juan, en las propuestas se tomaran solo acciones que no impacten negativamente en la zona ya que se trata de una reserva natural.

La oferta del Plan de Desarrollo Turístico en la Punta de San Juan del Gozo es para la demanda del mercado nacional.

IMPORTANCIA



IMPORTANCIA

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

La Bahía de Jiquilisco es un complejo lagunar de agua dulce y bosques estacionalmente saturados conectados con el manglar, reserva natural de una longitud de costa de 55 km, siendo la zona de manglar más grande del país, donde se han identificado 54 tipos de aves asimismo es hogar de reptiles como boas, iguanas, tortugas y cocodrilos.

El Plan de Desarrollo Turístico para la Cooperativa Punta Real de R.L. permitiría mediante su implementación abonar a la generación de empleo, ya que en el país el 37.9% de la población total se encuentra en condiciones de pobreza donde este porcentaje corresponde al área rural, si bien la implementación del plan no erradicara la pobreza de la zona pero ayudara a la creación de empleos y colaborara a la disminución de la tasa de desempleo del 30.5% que se tiene a nivel nacional, mejora de las condiciones de vida de los miembros de La Cooperativa Punta Real de R.L. y los habitantes de la zona para que estos no decidan emigrar hacia otros países.

Para el sector del turismo supone una relevancia ya que este contribuirá al aumento de los ingresos donde a nivel nacional el turismo presenta unas tasas actualizada en las vacaciones agustinas en 2016 de acuerdo a CORSATUR indican que el gasto diario promedio se estima en \$120, con una estadía de 5.8 noches por persona; y la ocupación hotelera rondó del 52.10% al 79.00% en playas; del 34.40% al 74.00% en hoteles de montaña; entre un 40.61% y 85.00% en la zona rural y del 34.86% al 68.00% en los hoteles de ciudad.

En base a los datos anteriores se observa que el plan de desarrollo turístico será una aportación mediante su implementación al PIB del país donde actualmente el turismo aporta un 4.25% al PIB dato arrojado por el informe más reciente del aporte del turismo el primer trimestre del 2016.

Por último se tiene trascendencia en el medio ambiente ya que impulsar el ecoturismo genera practicas amigables a la fauna y la flora además de potenciar practicas recreativas y a la vez que concienticen a los turistas la importancia de conservar la biodiversidad en especial aquellas zonas catalogadas como reservas naturales o sitios Ramsar tal es el caso de la Bahía de Jiquilisco.

JUSTIFICACION

JUSTIFICACION

Como en todo ecosistema inmerso en sus diferentes partes se encuentra una variedad de especies marinas, crustáceos, moluscos, reptiles, anfibios y aves que habitan, adornan y dan un toque diferente a cualquier otro sitio en El Salvador.

Las vías de acceso presentan condicionantes que dificulta la disponibilidad de servicios básicos, así como el costo incrementa gradualmente con la distancia, y con esto la posibilidad de desarrollo de infraestructuras civil.

Las comunidades que rodean y viven de la pesca mantienen un ritmo de vida bastante armonioso y pacifico con la naturaleza, y la ubicación del lugar aporta una ventaja de aislamiento de los centros urbanos de desarrollo La mayor parte de personas tiene una economía de subsistencia. Pero no desaprovechan la oportunidad de incrementar sus ingresos en las temporadas altas de vacaciones.

Todas las familias tienen una forma particular de comercio propio, unas en la pesca, otras en el suministro de bienes de consumo, otras en el área de transporte de carga o de personas.

Muchas otras en el alojamiento de turistas y otras en la preparación y venta de platillos. Tanto que la afluencia de turistas disfrutan de variedad de restaurantes y servicios que se encuentran en la zona.

Es notoria la oportunidad de ofrecen todas las condiciones del lugar para transformar la zona en un polo de atracción turística muchísimo más amplia, y bien estructurado.

El poder desarrollar un destino turístico en condiciones favorables para toda la comunidad es un trabajo muy delicado si se considera asegurar la sostenibilidad del lugar sin afectar la reserva natural, bajo la legislación ambiental correspondiente.

Si se considera la cantidad de personas que se dedican a la pesca y las actividades propias de la zona nos encontramos con que se tiene una surtida oferta de mano de obra disponible para transformar las oportunidades en ideas de éxito.

La conformación de una cooperativa es con el fin único del desarrollo colectivo, y específicamente de transformar las economía de subsistencia que mantiene la comunidad en una mejor fuente de ingresos para todos, en este contexto se ha formado la Cooperativa Punta Real de R. L. donde hace un par de años las familias se agruparon para hacer un esfuerzo en conjunto que permita desarrollar el lugar. La Cooperativa está constituida por un grupo de personas que representan 28 familias diferentes con la esperanza de mejorar sus condiciones de vida.

A raíz de la constitución de la cooperativa se dio inicio a la búsqueda de fuentes de financiamiento para inversión en diferentes proyectos que permitan el desarrollo turístico, una inversión que ronda los \$120,000 pero que actualmente no muestra las condiciones favorables que todos esperaban. Pues en el camino se han presentado una serie de

dificultades que vuelven lento el proceso de desarrollo turístico en producto poca experiencia en la planificación correcta para asegurar el desarrollo.

El diseño del plan de desarrollo turístico es oportuno por que se cuenta con la disposición de la contraparte para facilitar toda la ayuda e información necesaria para la realización de este trabajo.

Todo esto aporta la combinación adecuada de elementos que permiten la elaboración de un Plan de Desarrollo Turístico que muestre el camino para que el turismo sea la el medio de vida más rentable para las familias de la comunidad.

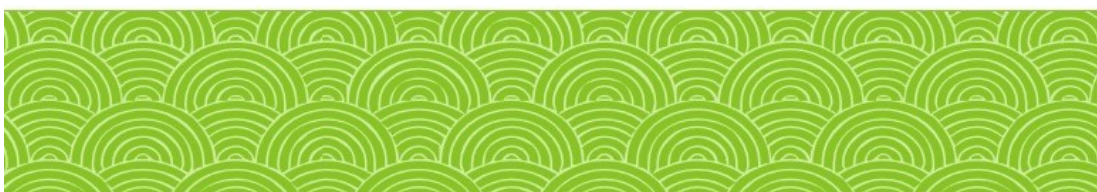
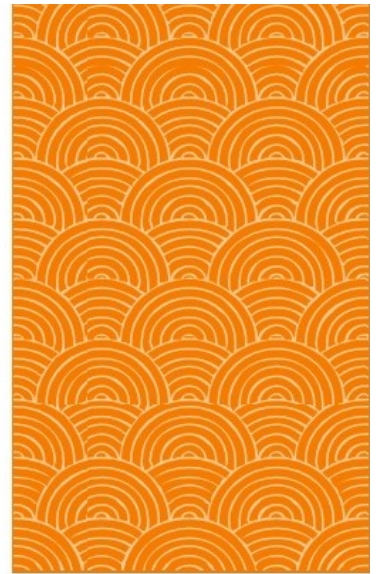
Por su parte la Universidad de El Salvador a través del cuerpo docente de la facultad de Ingeniería y Arquitectura mantiene su enfoque social y compromiso con el desarrollo del país impulsa la ayuda a través de trabajos de grado, que elaboran los diferentes grupos de estudiantes de las diferentes carreras de la facultad.

En particular la Escuela de Ingeniería Industrial permite a los egresados de la carrera desarrollar tesis en temas donde puedan aplicar todos los conocimientos posibles aprendidos durante la carrera, como la distribución en planta, estudios de mercado, logística de distribución, gestión en la cadena de suministros, diseño de procesos productivos y administrativos, Macro Localización y ubicación, sistemas de gestión de calidad del producto o servicio para mejorar la atención al cliente, control de inventarios, estructuras de costos, supervisión y control de la producción, costo mínimo, distribución de cargas de trabajo y muchas otras técnicas más que son de utilidad en el tema de Planificación, y más cuando se trata de desarrollo de la comunidad.

Por su parte la escuela también aporta la supervisión y dirección de la investigación para la elaboración del plan de desarrollo turístico.

Igualmente el país está generando más apoyo al turismo ya que este reporta una tasa de crecimiento en alza respecto a los años anteriores donde se tiene que para las vacaciones agostinas se reportaba un incremento del 21.8% si se compara al año anterior 2015, con entidades como Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), la Agencia de Cooperación Internacional de Japón (JICA) entre otros, están ayudando a financiar proyectos turísticos dentro del país.

METODOLOGIA GENERAL



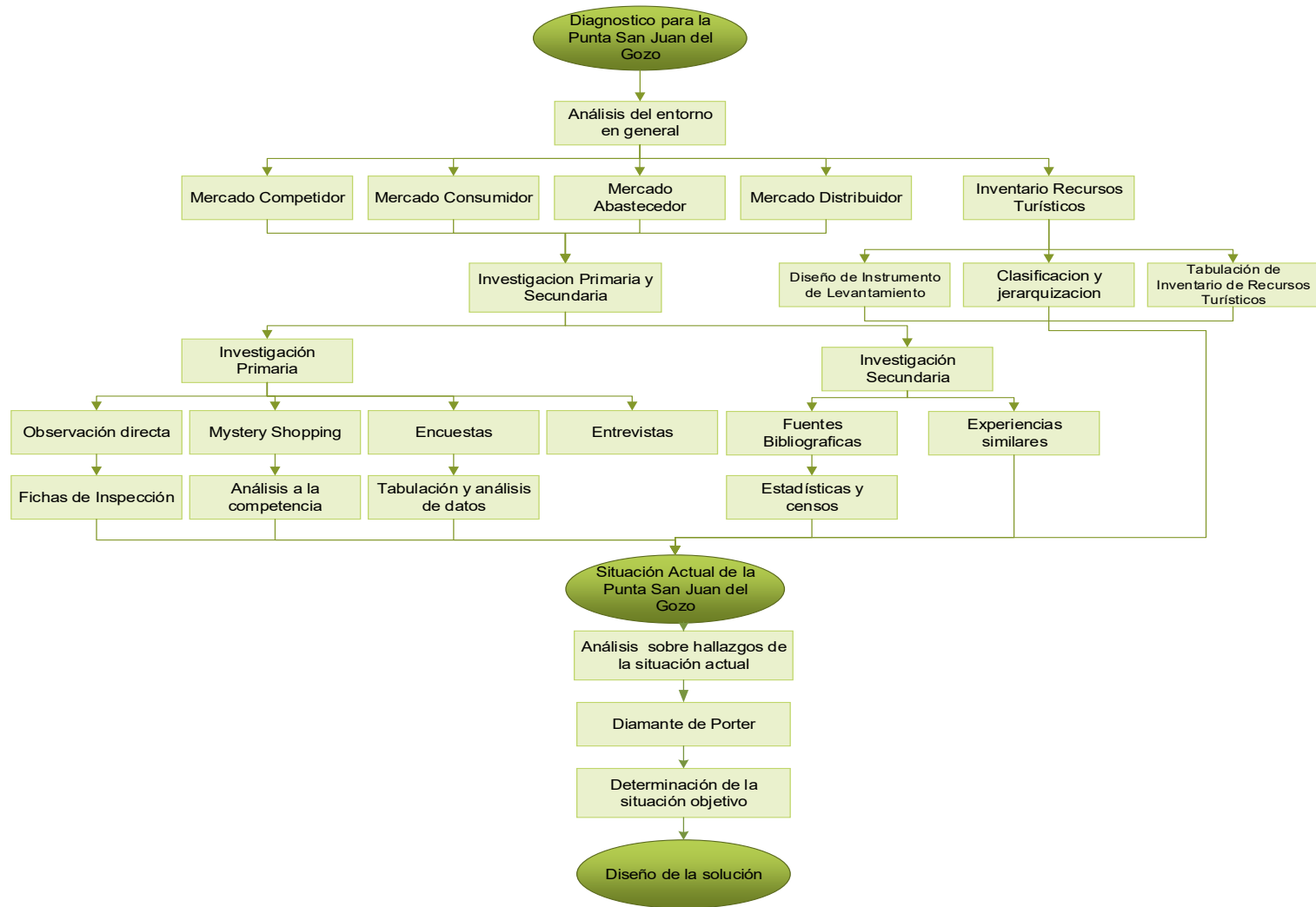


Diagrama 1 Metodología General

METODOLOGIA GENERAL

A continuación se presenta la metodología general que se seguirá para el desarrollo de la etapa de Diagnostico.

La metodología inicia con una investigación del marco teórico donde se abordara información sobre la historia del turismo, el turismo a nivel internacional y nacional entre otras generalidades del tema, se abordara una investigación sobre la Ley de Turismo, el Plan Nacional de Turismo 2020 que tiene el país, asimismo sobre las Instituciones que tienen que ver con el turismo asimismo se aborda la Ley de Medio ambiente y la normativa que existe en el país respecto al sector.

Posteriormente se realiza un levantamiento de la información de la realidad del territorio y la aplicación de la metodología que existe para el levantamiento del inventario turístico, consecutivamente se realiza la investigación de los diferentes mercados mediante la aplicación de las diferentes técnicas entre ellas Cliente misterioso (Mystery Shopping), las listas de chequeo (Check-lists), entrevistas y aplicación de encuestas.

Donde el **Cliente misterioso** es una técnica utilizada para evaluar la calidad en la atención al cliente. Los clientes misteriosos actúan como clientes comunes que realizan una compra o consumen un servicio.

Las listas de chequeo o conocidas como Check-lists se usan para hacer comprobaciones sistemáticas de la existencia de productos, servicios incluso de realización de actividades para posteriormente utilizar el formato para verter informes.

Encuesta es una técnica de recogida de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos. A través de las encuestas se pueden conocer las opiniones, las actitudes y los comportamientos de los ciudadanos.

En una encuesta se realizan una serie de preguntas sobre uno o varios temas a una muestra de personas seleccionadas siguiendo una serie de reglas científicas que hacen que esa muestra sea, en su conjunto, representativa de la población general de la que procede.

Entrevista existen diferentes tipos de entrevista pero se hará uso de la entrevista semi estructurada que se caracteriza por estar planteada de una manera semi estandarizada donde se hacen preguntas que previamente fueron pensadas y para un entrevistado en particular pero que sirven de guía pues durante la entrevista pueden surgir nuevas preguntas las cuales se toman en cuenta.

Finalmente se realizara un análisis de toda la información recolectada y se utilizara algunas técnicas entre ellas el Diamante de Porter y el análisis de las ventajas comparativas, luego se procederá a realizar la conceptualización del diseño.

El diamante de Porter analiza los factores que generan ventajas competitivas y de esta manera fortalecer la oferta de servicios o productos.

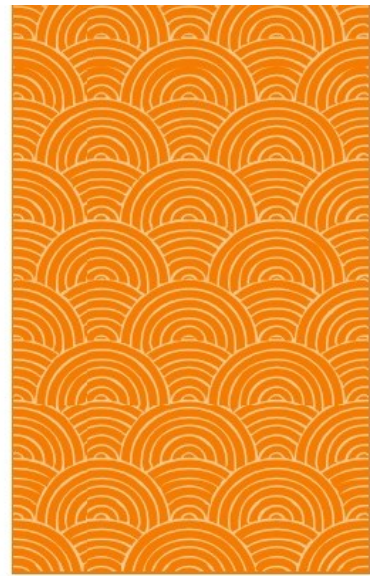
CAPITULO I

MARCO

REFERENCIAL

SOBRE EL

ESTUDIO



CAPITULO I MARCO REFERENCIAL SOBRE EL ESTUDIO

A. MARCO TEORICO

Un Plan de Desarrollo Turístico es un instrumento de gestión que contribuye a impulsar el desarrollo turístico, social y económico de una localidad. Además, permite la evaluación del potencial turístico de ese territorio y busca orientar las acciones que se deben llevar a cabo a corto, mediano y largo plazo, teniendo en cuenta factores tales como: la oferta, la demanda, la competencia, las tendencias del mercado y también las características del territorio.

Para vislumbrar de una forma más clara por que la utilización de un Plan de Desarrollo Turístico es la mejor opción para solventar la situación problemática que se aborda en la investigación se debe partir desde la conceptualización más sencilla hasta la más compleja como es definir que es un plan luego definir que es un Plan de Desarrollo inclinándose específicamente por lo que es un Plan de Desarrollo Turístico.



Ilustración 1 Desglose de Plan, Plan de Desarrollo y Plan de Desarrollo Turístico

1. PLAN

Un plan suele definir los fines, objetivos, prioridades y metas de un país, de un sector o de una institución o servicio. Medios, acciones, recursos, estrategias y políticas para lograrlo dentro de un horizonte de tiempo previsto, que puede cubrir el largo, mediano o corto plazo. Suele disgregarse en programas y proyectos, y puede incluir objetivos generales y específicos de prioridades y políticas.

Para entender lo que es un plan, se debe considerar primero cómo surge, lo que conlleva a determinar el proceso de Planificación.

Clasificación de los planes

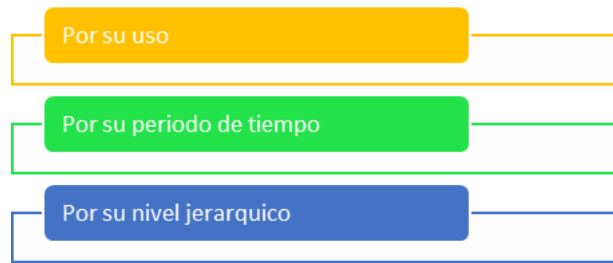


Diagrama 1 Clasificación de los Planes

A continuación se definen la clasificación mencionada anteriormente:

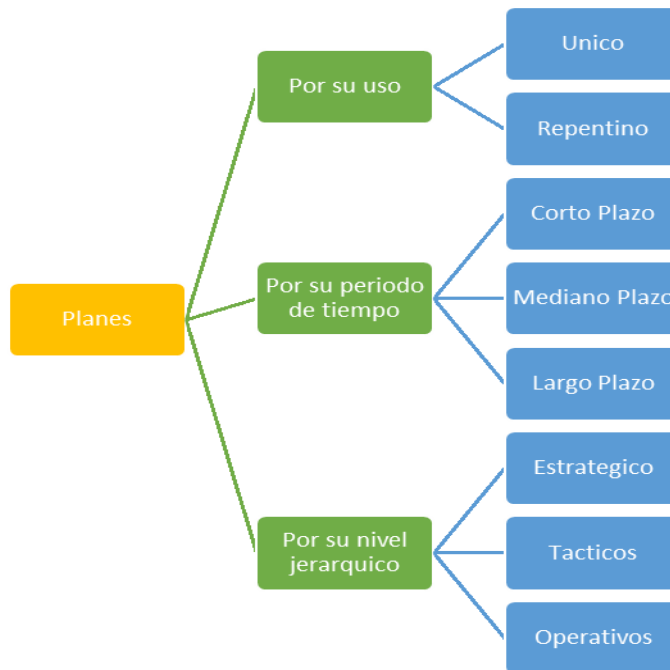


Diagrama 2 Desagregación de la clasificación de los planes

a. POR SU USO

- **De uso único**

Se diseñan específicamente para hacer frente a las necesidades de una situación única, una vez realizados ya no se toman en cuenta. (Ejemplo: presupuestos y programas).

- **De uso repentino**

Son constantes, proporcionan guías para actividades repetitivas de la organización como respuesta a decisiones programadas (ejemplo: políticas, reglas, procedimientos).

b. POR SU PERIODO DE TIEMPO

- **Corto plazo:** Menos de un año.
- **Mediano Plazo:** De uno a tres años.
- **Largo Plazo:** De tres a cinco años.

c. POR SU NIVEL JERÁRQUICO

- **Planes Estratégicos**

Se encuentra orientada a metas que competen a una determinada institución o empresa. Intentará determinar cuáles son los parámetros de orientación y las limitaciones. Para ello se establecen cuáles son los propósitos, los recursos que se emplearán y cuáles serán guías a la hora de administrar los mismos. La empresa o institución es tratada como un todo, no serán diferenciadas sus áreas o sectores.

- **Planes Tácticos**

Este tipo de planificación recurre a la planeación estratégica como base. Estos están destinados a trabajar sobre temas relacionados a los principales departamentos o áreas de las organizaciones. Además se encarga de garantizar el mejor uso de los recursos y su optimización, sobre todo aquellos que serán utilizados para alcanzar las metas determinadas.

Estos planes se diferencian de los estratégicos por una cuestión de tiempo. Es por ello que si el plan se encuentra orientado a un determinado sector o producto será táctico.

- **Planes Operativos**

Es diseñado con el fin de determinar con anterioridad cual es el rol particular de cada individuo en las unidades operacionales donde trabajará. Facilitan la evaluación de las actividades funcionales de la organización.

Ahora que se ha definido que es un plan y la clasificación de los mismos se procede a conceptualizar la planeación y las corrientes teóricas en las que se clasifica ya que los planes se encuentran inmersos de acuerdo al tipo de planeación que se desea abordar.

2. PLANIFICACION

Planificar significa que los ejecutivos estudian anticipadamente sus objetivos y acciones, y sustentan sus actos no en corazonadas sino con algún método, plan o lógica. Los planes son el resultado de la planificación, y establecen los objetivos de la organización y definen los procedimientos adecuados para alcanzarlos.

La planificación es un proceso sistemático en el que primero se establece una necesidad, y acto seguido, se desarrolla la mejor manera de enfrentarse a ella, dentro de un marco estratégico que permite identificar las prioridades y determina los principios funcionales. Planificar significa pensar en el futuro, de tal manera que se pueda actuar de inmediato¹.

¹ Herramienta de descripción general de planificación

CORRIENTE ADMINISTRATIVA	CORRIENTE DE SISTEMAS	CORRIENTE DEL CAMBIO O DEL DESARROLLO	CORRIENTE DE INNOVACIÓN
FAYOL H. Y NEWMAN J.	BANGHART F., CHADWICK G., E. CHIEFEL BEIN	AHUMADA J., FRIEDMAN J	ACKOF R., ZIEGLER W.
Conceptos Básicos	Conceptos Básicos	Conceptos Básicos	Conceptos Básicos
Preparar provisiones para el futuro	Previsión y Acción	Selección de Alternativas y Definición de Prioridades	Generación del futuro que se desea
Definición de metas y selección de Medios	Solución de problemas complejos	Forma de Orientación del Cambio	Invencción del futuro
	Definición de metas; selección de medios y ejecución	Definición de Objetivos y Metas	Definición de Objetivos y Metas
Proceso	Proceso	Proceso	Proceso
Diagnóstico del Problema	Definición del Problema	Diagnóstico	Imagen Objetivo o Futuro Deseable
Definición de Soluciones Optativas	Análisis del Problema	Programación	Elementos de Resistencia
Pronóstico de Resultados	Conceptualización del Problema y Diseño de Planes	Discusión/ Decisión	Elementos de Apoyo
Elección del Cambio a Seguir	Evaluación de Planes	Formulación de Alternativas	Cursos de Acción a Seguir y Estrategias
-----	Especificación del Plan Escogido	Ejecución	Decisiones sobre Recursos
-----	Implementación del Plan	Evaluación	Articulación de Compromisos
-----	Realimentación		
Carácter General	Carácter General	Carácter General	Carácter General
Separa la elaboración de planes de su ejecución	Integra la elaboración y ejecución de planes	Integra la elaboración y ejecución de planes	Integra la elaboración y ejecución de planes
Actividad Interdisciplinaria	Actividad Interdisciplinaria	Actividad Interdisciplinaria	Actividad Interdisciplinaria
Responsabilidad del género o Ejecutivo	Responsabilidad de un equipo técnico	Responsabilidad Compartida (Método Participativo)	Responsabilidad Compartida (Método Participativo)

Tabla 1 Resumen de Corrientes de Planificación

Corriente administrativa	Corriente de sistemas	Corriente del cambio o desarrollo	Corriente de innovación
Los diferentes autores que se identifican con esta corriente, la identifican como una actividad unidisciplinaria y como una responsabilidad del gerente o ejecutivo.	En esta corriente ya no se considera la responsabilidad exclusiva del gerente, sino, como una responsabilidad compartida por un equipo técnico, de carácter interdisciplinario, en los que participan profesionales en la materia y ciudadanos en general.	En esta corriente, los teóricos orientan los procesos de planeación hacia la promoción del desarrollo en sus diferentes sectores, o bien, considerar la planeación como un instrumento necesario para el desarrollo de un país, sector o institución.	En esta corriente, la planificación, se utiliza como un recurso estratégico para la construcción del futuro que se desea, para diseñar o inventar nuevos futuros.

Ilustración 2 Diferencia entre las Corrientes

a. CORRIENTES TEORICAS EN LA PLANIFICACIÓN

En la historia de la planeación moderna es posible identificar por lo menos cuatro corrientes teóricas principales, en relación con la definición de concepto básico y la descripción del proceso general de planeación, que pueden denominarse como: **corriente administrativa, corriente de sistemas, corriente del cambio o desarrollo y corriente prospectiva o de innovación.** Esta clasificación tiene un carácter exploratorio más que teórico analítico; pero contribuye a comprender mejor los diferentes matices y las diferentes formas de describir el proceso de planeación.

- **Conceptos De Planeación Basados En La Teoría Clásica De La Administración**

Existe un conjunto de autores que consideran a la planeación como una etapa del proceso administrativo, tomando como base la teoría clásica sobre este proceso que estableciera Henry Fayol, quien definió a la planeación como el proceso de estimar el futuro y de preparar provisiones para él.

Un concepto similar proponen James H. Donnelly y colaboradores, cuando comentan que la planeación es la actividad fundamental y primaria que incluye todas las áreas de la administración o gerencia y que se dirige hacia la definición de metas y la determinación de los medios necesarios para alcanzarla Roger A. Kaufman, después de analizar los elementos que integran un plan concluye: Así pues, “la planeación se ocupa solamente de determinar qué debe hacerse con el fin de que posteriormente puedan tomarse las decisiones prácticas para su implementación. La planificación es un proceso para

determinar "a dónde ir" y establecer los requisitos para llegar a ese punto de la manera más eficiente y eficaz".

William H. Newnham, por su parte, considera que los sectores más importantes de la teoría administrativa son: organización, relaciones humanas, planeación, dirección, evaluación y control. El propio autor define al proceso de planeación en los siguientes términos: "Entenderemos mejor el proceso de planeación si primeramente estudiamos las etapas básicas de una decisión específica que se tome. Estas etapas son el diagnóstico del problema, la determinación de soluciones optativas, el pronóstico de resultados en cada acción y, finalmente, la elección del camino a seguir.

Los criterios de racionalización y optimización se introducen con esta corriente, así como se acercan a la teoría de sistemas que se percibe en las formas más avanzadas de describir el proceso de planeación. Como podrá notarse, las definiciones anteriores tienden a identificar a la planeación como una etapa del proceso administrativo, como una actividad unidisciplinaria y como una responsabilidad del gerente o ejecutivo, a quien corresponde establecer la vinculación entre el contenido de los planes, programas y proyectos y su instrumentación. Supone, de hecho, una separación entre la elaboración de planes y su realización.

Esta forma de entender la planeación suele ser muy frecuente en las empresas o corporaciones cuyos gerentes proceden de alguna carrera administrativa; aunque en sus expresiones más avanzadas sobre el proceso de planeación se aproximan bastante a la corriente orientada por la teoría de sistemas, como se comentó anteriormente.

b. Conceptos de planeación basados en la Teoría de Sistemas

A partir de los principios y conceptos propuestos por Ludwig von Bertalanffy (1951) y Kenneth Boulding (1956), sobre la teoría general de sistemas como elemento integrador y unificador de la ciencia, así como de los planteamientos de John Delvey, sobre la estructura del cerebro humano y la descripción de cómo pensamos, y de Clay Tlionias Whitelick, sobre los sistemas de planeación estratégica, surgió una forma peculiar de entender a la planeación como un proceso que nos permite plantear y resolver problemas complejos mediante la instrumentación de estrategias apropiadas, dentro del ámbito de sistema y sus relaciones con su propio contexto.

George Chadwick definió a la planeación como: "Un proceso de previsión humana y de acción basada en esa previsión". El proceso de planeación debe considerarse como momentos lógicos, más que cronológicos. Quizá una de las descripciones más claras y completas del proceso de planeación, de acuerdo con la corriente de sistemas, es la que propone Frank Banghart, en su obra *Education Planning*, que incluye las siguientes fases: definición del problema, análisis del problema, conceptualización del problema y diseño de planes o alternativas, evaluación de planes o de alternativas de solución, selección de planes o de alternativas, instrumentación del plan o de la alternativa y retroalimentación. Las definiciones del proceso de planeación, basadas en la teoría de estrategia se

caracterizan por integrar la elaboración o formulación de planes y por introducir la idea de la retroalimentación.

En la corriente de sistemas, la planeación ya no se entiende como una actividad unidisciplinaria y, como responsabilidad exclusiva del gerente o administrador, sino como responsabilidad compartida por un equipo técnico, de carácter interdisciplinario, en el que participan administradores, economistas, sociólogos, ingenieros, matemáticos, arquitectos, políticos, programadores, antropólogos, psicólogos, educadores y ciudadanos en general. Íntimamente relacionado con la corriente de sistemas, ha surgido en el mundo empresarial el concepto de "planeación estratégica", aunque en realidad la estrategia constituye uno de los elementos fundamentales y, sin lugar a dudas, el de mayor peso cualitativo en un proceso de planeación bien entendido.

(Gerard Arguin, en su obra *La Planeación Estratégica*, 1988), define este tipo de planeación como "un proceso continuo y participativo, articulado más bien a la calidad de las intenciones que a la calidad de los datos. La planeación estratégica podría definirse como un proceso de gestión que permite visualizar, de manera integrada, el futuro de las decisiones institucionales que se derivan de la filosofía de la institución, de su misión, orientaciones, metas, objetivos, programas, así como estrategias a utilizar para asegurar su implantación. El propósito de la planeación estratégica es el de concebir a la institución, no como un ente cerrado, aislado, como sucedía anteriormente, sino en relación estrecha con su medio ambiente.

c. Conceptos De Planeación Basados En La Teoría Del Desarrollo O Del Cambio Planificado

En esta tercera corriente teórica, los especialistas suelen orientar los procesos de planeación hacia la promoción del desarrollo en sus diferentes Sectores o bien considerar a la planeación como un instrumento necesario para el desarrollo de un país o sector.

George M. Raymond comenta: "Mientras el pueblo no decida que el desarrollo de acuerdo con ciertos planes debe preferirse al desarrollo controlado por las solas fuerzas del mercado, cualquier discusión sobre el proceso de planeación y sus detalles no pasaría de ser un mero ejercicio académico"

Las definiciones dentro de esta corriente constituyen un rango tan amplio que pueden relacionarse con las dos anteriores (administrativa o de sistemas), o bien, pueden llegar hasta regiones de frontera en esta disciplina, peculiares de la corriente innovadora y prospectiva.

Debe también advertirse que no hay un concepto unificado de desarrollo.

- **Conceptos alternativos sobre Desarrollo**

El desarrollo de los pueblos y de los grupos humanos o instituciones puede entenderse de acuerdo con los siguientes conceptos:

Concepto de Crecimiento: El desarrollo se entiende como el crecimiento equilibrado y sostenido de la producción de bienes y servicios, que garantiza la distribución justa y equitativa de estos, sin alterar el equilibrio ecológico. Constituye una definición ideal y utópica que, en la práctica, no ha sido lograda por ningún país.

Concepto de Autosuficiencia: El desarrollo se define como la capacidad de los grupos humanos para resolver sus problemas con sus propios recursos; sin embargo, históricamente, no hay, pueblos ni grupos humanos que puedan considerarse como autosuficientes.

Concepto de Interdependencia: Dado que no hay grupos humanos autosuficientes se plantea la necesidad de que los pueblos y los grupos humanos tienen que relacionarse con otros para lograr resolver sus problemas, sin derivar en fenómenos de explotación, dominación y colonialismo. Esto supone que los pueblos y los grupos humanos logran consolidar la confianza en sí mismos y tomar conciencia de que no son autosuficientes.

Este concepto resulta viable y útil, por lo que algunos países e instituciones han orientado su desarrollo en esta línea que, sin embargo, no garantiza que elimine los nuevos fenómenos de dominación, colonialismo e injusticia social.

Concepto de Autosuficiencia: El desarrollo se entiende como la capacidad de los grupos humanos para tomar decisiones por sí mismos. Esto requiere un conjunto de condiciones sociales, económicas y políticas que muy pocos países logran alcanzar.

Estrategia de Transformación productiva con equidad y sustentable: Este planteamiento está relacionado con los conceptos de crecimiento, interdependencia y autodeterminación. En él se consideran aspectos como la necesidad de preservar el equilibrio ecológico y el apoyo solidario de la sociedad.

- Para que esta estrategia resulte viable, se requiere una estrecha vinculación y articulación entre las políticas económica y social dentro de un contexto participativo y democrático.
- Jorge Ahumada, pionero de la teoría sobre Planificación de Desarrollo en América Latina y, maestro de los primeros planificadores de esa región, en su obra Planificación del Desarrollo, dice: "La planificación es una metodología para escoger alternativas, que se caracteriza porque permite verificar la prioridad, factibilidad y compatibilidad de los objetivos y seleccionar los instrumentos más eficientes... La planificación no es el proceso de elaborar un documento que se denomina plan o programa, esto es sólo una parte del proceso".
- John Friedman define a la planeación como "el proceso por medio del cual el conocimiento científico y técnico se une a la acción organizada. La planeación constituye un subproceso crítico del proceso de orientación social".

- Deben distinguirse dos formas de Planeación: la de Asignación o Racionalización y la de Innovación. La planeación de Racionalización, "se refiere a las acciones que determinan la distribución de recursos limitados entre usuarios que compiten entre sí por el uso de esos mismos recursos". La planeación innovadora, en cambio, "se relaciona con aquellas acciones que producen cambios estructurales en la orientación de la sociedad. La planeación innovadora es esencial para el crecimiento estructural y sostenido del sistema social para el desarrollo".
- Jorge Ahumada propuso una descripción del proceso de planeación, que se ha hecho clásica en América Latina, el cual comprende las siguientes "etapas": diagnóstico, programación, discusión decisión, selección de alternativas, ejecución y evaluación.
- John Friedman, en cambio, plantea el proceso de planeación dentro de un modelo interactivo de transacciones e intercambio de criterios y puntos de vista entre el planificador profesional y el usuario o cliente.
- Concluyendo, la corriente del Desarrollo o de los cambios planificados integra la elaboración de planes, programas y proyectos con su instrumentación. Además, la función de la planeación se entiende como una responsabilidad compartida entre un equipo técnico interdisciplinario y los sectores interesados o afectados por el proceso de planeación.

b. CONCEPTOS DE PLANEACIÓN PROSPECTIVA O DE INNOVACIÓN

En esta cuarta corriente teórica, la planeación se utiliza como un recurso estratégico para la construcción del futuro que se desea, para diseñar e inventar nuevos futuros.

Warren Ziegler considera que "la planeación, busca la preparación para el futuro y puede también servir como instrumento para cambiar ese futuro".

De acuerdo con esto, pueden observarse tres posiciones frente a la previsión del futuro:

- **Posición Adaptativa.** En esta posición el futuro se considera como un dato, una consecuencia inevitable de las tendencias históricas, un campo del conocimiento, predecible mediante métodos determinísticos o probabilísticos. Por este motivo, ante la previsión de un futuro inevitable, se toman medidas en el presente para adaptarse a él.
- **Posición Preventiva.** En esta posición el futuro se considera no sólo como campo del conocimiento, sino también como campo de la acción y decisión humanas. Si el futuro previsto se considera indeseable, se toman medidas en el presente para que el futuro previsto no suceda.
- **Posición Inventiva.** Esta posición se caracteriza por considerar al futuro como campo de la acción y de la libertad, más que como campo del conocimiento.

Las cosas que ocurren no suceden necesariamente porque así venían sucediendo o porque tenían inevitablemente que suceder, sino porque grupos organizados, utilizando su poder decidieron hacerlas suceder.

Los objetivos principales de la planeación prospectiva consisten en lograr acuerdos para plantear o diseñar un futuro deseable y articular compromisos de acción y de implementación de estrategias apropiadas para construirlo.

La descripción del proceso de planeación, en la corriente prospectiva e innovadora, comprende los siguientes pasos:

1. Definición o diseño de un futuro deseable, preferentemente mediante el logro de consensos o acuerdos y el establecimiento de compromisos de acción para hacerlo realidad.
2. Análisis de elementos de apoyo y de resistencia frente al compromiso de lograr el futuro deseable.
3. Selección de cursos de acción y de estrategias eficaces para construir el futuro que se desea.
4. Asignación de recursos financieros, humanos y de infraestructura, así como, invención de nuevos recursos y estrategias.
5. Implementación estratégica de programas y proyectos articulada a un proceso continuo de seguimiento y evaluación.
6. Retroalimentación y consolidación de alianzas y compromisos para la consecución oportuna de un futuro deseable.

Esta corriente no solamente supone la integración entre la formulación de planes, programas y proyectos y su instrumentación, sino que además requiere de la participación de todos los sectores interesados en el proceso de planeación, sea porque éste puede eventualmente perjudicarlos o porque les resulte deseable y beneficioso.

De hecho, en los procesos de planeación participativa y prospectiva, la definición del futuro deseable se realiza mediante el establecimiento de acuerdos y consensos de los sectores interesados y la identificación, selección y compromiso de implementación de estrategias apropiadas para lograrlo.

Integrando las corrientes anteriormente planteadas, se considera que la planeación es un proceso técnico-económico, sociopolítico y cultural que permite resolver problemas complejos y orientar procesos de cambio, mediante la instrumentación de estrategias apropiadas, dentro de un horizonte de tiempo dado y en un espacio físico-geográfico definido.

El concepto anterior puede aplicarse tanto al desarrollo de planes y programas como al desarrollo de proyectos.

TIPO DE CORRIENTE		CONCEPTUALIZACIÓN DE PLANEACIÓN
Teoría Administrativa	Clásica	Es la actividad fundamental y primaria que incluye todas las áreas de la administración o gerencia y que se dirige hacia la definición de metas y la determinación de los medios necesarios para alcanzarla
Teoría de Sistemas	Básica de	Un proceso que nos permite plantear y resolver problemas complejos mediante la instrumentación de estrategias apropiadas, dentro del ámbito de sistema y sus relaciones con su propio contexto. Un proceso de gestión que permite visualizar, de manera integrada, el futuro de las decisiones institucionales
Teoría del Desarrollo o del Cambio Planificado		El proceso por medio del cual el conocimiento científico y técnico se une a la acción organizada. La planeación constituye un subproceso crítico del proceso de orientación social
Teoría de Planeación Prospectiva de Innovación		Un recurso estratégico para la construcción del futuro que se desea, para diseñar e inventar nuevos futuros.

Tabla 2 Síntesis de los Conceptos de Planeación en base a las diferentes Corrientes de Planificación²

c. CLASIFICACIÓN DE LA PLANIFICACIÓN

La clasificación de la planificación hace referencia al carácter y a la tipología del proceso de planificación, y a la relación que el sistema de planificación establece con la estructura general de la sociedad. Ahora bien, para cada situación particular dentro de una organización se requieren diferentes tipos de planes, ya que cada organización necesita planificar sus operaciones, inversiones, estrategias, cursos de acción para expandirse y crecer, servicios y productos, etc. Estos planes podrán variar de acuerdo al enfoque, espacio temporal en que se aplican, alcance de aplicación, grado de formalización, entre otros.

La planificación se puede clasificar de acuerdo a diferentes enfoques, los cuales se consideran a continuación:

Actividades Contempladas: Funcional o Corporativa:

- **Corporativa o Global:** Determina a largo plazo los objetivos de la organización en su conjunto, genera planes para alcanzar estos objetivos, orientados al futuro, integral.
- **Funcional:** Programación de las sub-funciones dentro de cada función principal, se deriva de la planificación corporativa, segmentada.

² Fuente: Planificación y Desarrollo de Proyectos y Educativos.

d. Período: Largo Plazo, Mediano o Corto Plazo

Dependiendo del tipo de negocio o estructura de la organización, la planificación puede ser a largo plazo o a corto plazo.

- **Largo Plazo:** De carácter estratégico, implica una planificación de 3 a 5 años y abarca análisis de factores ambientales.
- **Mediano Plazo:** De carácter táctico, implica una planificación de 1 año a 3 años.
- **Corto Plazo:** De carácter operacional, implica una planificación de 6 meses a 1 año.

e. Importancia del Contenido: Estratégica y Operacional

- **Estratégica:** Establece la Orientación a largo plazo que la organización quiere seguir en un futuro, abarca todas las áreas funcionales de la organización, implica el análisis de los factores del ambiente, el período es un problema.
- **Operacional:** Abarca la planificación táctica y a corto plazo, encaminadas a mantener la organización en sus actividades operativas. Generalmente tanto la Planificación de acuerdo a una dimensión temporal como la Estratégica, Táctica y Operacional están íntimamente relacionadas, siendo mutuamente complementarias.

f. Enfoque: Proactiva o Reactiva

- **Proactiva:** Diseña el curso de acción adecuado anticipándose a posibles cambios relevantes al entorno. Toma decisiones de antemano.
- **Reactiva:** Dirige el curso de acción de las organizaciones en respuesta a los cambios del entorno una vez que se han llevado a cabo, es útil en un entorno estable para períodos de tiempo prolongados.

g. Grado de Formalización: Formal o Informal

- **Planificación Formal:** Adoptada por las grandes organizaciones, bien estructuradas y procesos sistemáticos, abarca diferentes pasos, es racional, se realiza de forma regular y es bien documentada.
- **Planificación Informal:** Adoptada por pequeñas organizaciones, utilizada como parte de la administración de sus actividades regulares.

d. SELECCIÓN DEL TIPO DE PLANIFICACIÓN

- **Definición de los criterios de selección del modelo**

A continuación, se presenta la selección del tipo de planificación que se utilizará para el estudio. La metodología utilizada para la selección es la evaluación por puntos. En primer lugar, se definen los criterios a utilizar para la selección del modelo. Los criterios de selección son:

1. Pertinencia	4. Inclusión del control y monitoreo
2. Tiempo de Ejecución	5. Flexibilidad
3. Alcance en las áreas de objeto de estudio	6. Facilidad y claridad de aplicación del proceso de planificación

Tabla 3 Criterios de Selección del Modelo

- **Descripción de los Criterios de Selección para el Enfoque**

h.

Pertinencia: Debe ser acorde a la planificación de un territorio.

Tiempo de Ejecución: El tiempo que se considere para la planeación debe ser acorde a las líneas de acción de la entidad.

Alcance en las áreas del Objeto de Estudio: Debe considerar a todas las áreas del objeto de estudio de manera que genere propuesta integral de solución.

Inclusión del Control y Monitoreo: El seguimiento y monitoreo en el tiempo debe ser parte de los resultados de la planificación.

Flexibilidad: Deber ser flexible y dinámica, de manera que permita adaptarse los cambios que puedan suscitarse en el tiempo.

Facilidad de Aplicación del Proceso: La claridad y facilidad de las fases de aplicación durante el proceso de planificación.

Valoración de los criterios

Criterios	Valor
Pertinente	20
Tiempo de Ejecución	20
Alcance	20
Inclusión de control	15
Flexibilidad	15
Facilidad de aplicación	10

Tabla 4 Ponderación de Criterios³

³ Elaboración propia

- **Pertinencia de la variable con el criterio de evaluación**

Pertinencia de la variable con el criterio de evaluación	
1	Baja
3	Media
6	Alta

Tabla 5 Pertinencia de Variable con Criterio de Selección del Modelo⁴

- **Evaluación de los enfoques en estudio**

Considerando la importancia que los criterios de pertinencia, plazo de ejecución y alcance del objeto de estudio tienen en el tipo de planificación a utilizar se han considerado las planificaciones estratégicas, tácticas y operativas ya que ellas contemplan como parte de sus características los criterios mencionados.

Tipos de planificación	Resultados						Total
	Criterios						
	1	2	3	4	5	6	
Estratégica	6	6	6	6	6	6	6
Táctica	3	3	3	6	3	3	3.5
Operativa	3	3	3	6	1	3	3.17

Tabla 6 Evaluación del Enfoque

De los tipos de planificación considerados para el estudio se considerará como planificación de base la Planificación Estratégica debido a su pertinencia con la planificación territorial, su enfoque a largo plazo, así como su enfoque global (para todas las áreas del objeto en estudio) generando propuestas de solución a través de estrategias, sin embargo también se considerará la aplicación de la planificación operativa en algunas áreas, con el fin de generar un plan que establezca acciones con un nivel mayor de detalle. Además la planeación estratégica es sistemática es decir, se encarga de organizar y conducir con base en una realidad entendida.

e. PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

La Planificación Estratégica⁵ está diseñada para satisfacer las metas generales de la organización, así como la adopción de los cursos de acción y asignación de los recursos necesarios para su cumplimiento, mientras la Planificación Operativa muestra cómo se pueden aplicar los planes estratégicos en el quehacer diario, representados a través de metas, procedimientos, asignación de tareas, pasos a seguir, reglas, etc. Los planes

⁴ Elaboración propia

⁵ Fernández Eduardo, Planeación

estratégicos y los planes operativos están vinculados a la definición de la misión de una organización, la cual representa la meta general que justifica su existencia. En conclusión, los planes estratégicos difieren de los planes operativos en cuanto a su horizonte de tiempo, alcance y grado de detalle, esto último es la razón por la cual son complementarios.

A continuación, se muestra una tabla que detalla los elementos característicos de la planificación tanto estratégica como operativa.

Concepto	Estratégica	Operativa
Horizonte de tiempo	Más de 5 años	Diario/Semanal
Objetivo	Largo plazo	Rutinarios
Nivel de dirección	Alta	Media/Baja
Complejidad	Alta	Baja
Actividad a controlar	Resultados globales	Realizado Vs Estándar
Punto de partida	Análisis del entorno y organización	Estándares técnicos
Contenido	Amplio, general y cualitativo	Específico y cuantitativo en unidades físicas
Naturaleza de la información	Externa e intuitiva	Interna y Técnica
Grado de predicción	Bajo	Alto
Estructura de decisiones	No programadas e imprevisibles	Muy programadas

Tabla 7 Características de Planificación Estratégica y Operativa

f. PROCESO DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

El proceso de planificación es racional y está sujeto al análisis científico de los problemas; se puede dividir en una serie de etapas lógicas y ordenadas (Eckles et al, 1982). Como todo comportamiento o acción humana, ocurre en un marco cambiante de conocimientos y normas que hace parte de la cultura y que determina la eficiencia del proceso. Según la amplitud o estrechez de dicho marco, se encontrarán mayores o menores posibilidades de planificación⁶.

Al describir el proceso de planificación también se pueden identificar diversos enfoques consecuentes a la cantidad de autores que han escrito de ello. A continuación, se hará una breve descripción de etapas o pasos propuestos por algunos autores para llevar a cabo dicho proceso y finalmente se presenta un cuadro resumen Tabla 7 de las fases presentadas por estos autores.

Según Eckles et al (1982): La planificación se realiza de manera más efectiva siguiendo una sucesión lógica:

⁶ Planificación del Desarrollo. Ruth Saavedra Guzmán. Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, 2001.

- 1) Definir el objetivo.
- 2) Establecer premisas y restricciones.
- 3) Analizar la información.
- 4) Desarrollar planes alternativos.
- 5) Elegir el mejor plan
- 6) Desarrollar planes derivados
- 7) Atender a la ejecución.

Por lo regular, el proceso de planificación se debe hacer formalmente y por escrito; pero la planificación diaria encomendada al supervisor es instintiva, e integra subconscientemente las etapas formales.

Stoner (1995) Plantea un total de 9 pasos necesarios para desarrollar el proceso de planificación⁷.

- **Formulación de metas:** La formulación de las metas implica comprender la misión de la organización y después establecer metas que la traduzcan a términos concretos.
- **Identificación de los actuales objetivos y estrategia.** Este paso consiste en identificar los objetivos actuales de la organización y su estrategia.
- **Análisis ambiental.** La finalidad del análisis ambiental consiste en descubrir las formas en que los cambios de los ambientes económicos, tecnológicos, socioculturales y político/legal de una organización la afectarán indirectamente y las formas en que influirán en ella los competidores, proveedores, clientes, organismos gubernamentales y otros factores.
- **Análisis de los recursos.** Las metas y estrategias actuales de la organización también proporcionarían un marco de referencia para analizar sus recursos. Este análisis es necesario para determinar sus ventajas y desventajas competitivas. Unas y otras se refieren a las fortalezas y debilidades de la organización frente a sus competidores actuales y futuros.
- **Identificación de oportunidades estratégicas y riesgos.** La identificación de la estrategia, el análisis del ambiente y el análisis de los recursos de la organización (Pasos 2, 3 y 4) se combinan en el quinto paso: descubrir las oportunidades disponibles para la organización y las amenazas que enfrenta.
- **Determinación del grado de cambio estratégico requerido.** Después de analizar los recursos y el ambiente, los resultados de la estrategia actual pueden ser proyectados. Cuanto más tiempo tenga la estrategia de haber sido establecida y cuanto más estable sea el ambiente, más fácil será efectuar la proyección. A

⁷ Planeación Estratégica. Portal de Investigadores y Profesionales El Prisma. Investigador: Amador Posadas Fátima.

continuación, los administradores pueden decidir si modifican o no la estrategia o su realización.

- **Toma de decisiones estratégicas.** Si un cambio de estrategia parece necesario para cerrar la brecha del desempeño, el siguiente paso requiere identificar, evaluar y seleccionar enfoques estratégicos opcionales.
- **Identificación de alternativas estratégicas:** En un caso dado probablemente existan varias opciones para cerrar una brecha del desempeño. Puede entrarse a nuevos mercados, los productos claves pueden ser rediseñados para mejorar la calidad o reducir el costo, se pueden emprender inversiones, o se pueden terminar las existentes.
- **Evaluación de opciones estratégicas:** Richard P. Rumelt ha descrito cuatro criterios para evaluar las opciones estratégicas.

La estrategia y sus partes componentes deben tener metas, políticas y objetivos congruentes.

Debe centrar los recursos y esfuerzos en los aspectos críticos descubiertos durante el proceso de formulación de estrategias y debe distinguirlos de los aspectos sin importancia.

Debe ocuparse de sus problemas susceptibles de solución; teniendo en cuenta los recursos y capacidades de la organización.

La estrategia debe ser capaz de producir los resultados que se esperan.

- **Selección de alternativas de estratégicas:** Al elegir entre las posibilidades disponibles, los administradores deberán seleccionar la que mejor responda a las capacidades de su organización.
- **Puesta en práctica de las estrategias.** Una vez determinada la estrategia, es preciso incorporarla a las operaciones diarias de la organización. Sin importar si la estrategia se registra en un plan estratégico formal y detallado, debe ser traducida a planes operativos apropiados.
- **Medición y control del progreso.** A medida que va realizándose la introducción del plan, los administradores deberán comparar el progreso con el plan estratégico en etapas periódicas o decisivas.

Por su parte Gorostegui (1989)⁸ plantea que en la planificación ha de seguirse un enfoque lógico y bien desarrollado con las siguientes fases:

- **Reconocimiento de las oportunidades existentes:** Los grandes éxitos se consiguen aprovechando las grandes oportunidades, pero, para ello, como es obvio, previamente es preciso advertir su existencia.

⁸ Eduardo Pérez Gorostegui. Introducción Economía de la Empresa.

- **Selección de los objetivos del plan:** El plan ha de tener algún propósito. El objetivo debe ser claro y cuantificable. Un objetivo preciso ofrece una dirección y un sentido a las demás fases de la planificación.
- **Identificación y creación de alternativas:** Se han de identificar las diversas alternativas existentes para alcanzar los objetivos.
- **Evaluación de las alternativas:** cada alternativa ha de ser evaluada con precisión a la vista de los objetivos. El éxito precisa un estudio cuidadoso de las ventajas e inconvenientes de cada una de las alternativas existentes.
- **Selección de una alternativa:** En base a los resultados del paso anterior se escoge la alternativa que se presente como la más adecuada. Si se ha seguido las fases anteriores cuidadosamente, se puede tener confianza en que la selección es la adecuada.
- **Seguimiento del plan:** Ha de efectuarse un seguimiento continuo del plan que puede poner de manifiesto la conveniencia de alterar alguna o varias de las fases.

En el caso de **Harold Koontz & Taylor O'Donnell (1967)**⁹, proponen 7 etapas necesarias para llevar a cabo la planificación, las cuales se analizan a continuación.

- 1) **Conocimiento de la oportunidad:** Aunque precede a la planificación como tal y en consecuencia no es estrictamente una parte del proceso, tener conocimiento de una oportunidad es el punto real para comenzar a planificar.
- 2) **Establecimiento de objetivos:** La primera etapa de la planificación misma es el establecimiento de objetivos. Los objetivos indican básicamente que es lo que se va a hacer, donde se va a poner el primer énfasis y que es lo que se va a obtener mediante la red de políticas, procedimientos, reglas, presupuestos, programas y estrategias.
- 3) **Establecimiento de premisas:** Una segunda etapa lógica de la planificación es establecer, obtener acuerdo para utilizar y difundir las premisas críticas de la planificación. Estas son: pronóstico de datos relativos a los hechos, políticas básicas aplicables, y los planes existentes en la empresa.
- 4) **Determinación de líneas alternativas:** La tercera etapa en el proceso de planificación consiste en la búsqueda y examen de líneas alternativas de acción, especialmente de aquellas que no son aparentes en forma inmediata.
- 5) **Evaluación de líneas alternativas:** Una vez determinadas las líneas alternativas y examinados los puntos débiles y fuertes, la siguiente etapa es su evaluación sopesando los diversos factores y teniendo presente las premisas y metas.

⁹ Planeación Estratégica. Portal de Investigadores y Profesionales El Prisma. Investig. Amador Posadas Fátim, 2008

6) Selección de una alternativa de acción: La quinta etapa del proceso de planificación, es el punto en el que el plan es adoptado el verdadero punto en el cual se adopta la decisión.

7) Formulación de planes derivados: En el momento que se adopta la decisión, la planificación aún no está completa, y requiere una última etapa. Existen casi invariablemente planes derivados, que deben llevarse a cabo para apoyar el plan básico. Los ejecutivos de cada segmento de la empresa hacen y ejecutan los planes necesarios para hacer de un plan básico una realidad, y esta reacción en cadena debe continuar hacia abajo, hasta que exista un plan específico para cada actividad derivada de un plan principal.

i. Resumen con enfoques y etapas del proceso de planificación

Eckles et al (1982)	<ul style="list-style-type: none"> • Definir el objetivo. • Establecer premisas y restricciones. • Analizar la información. • Desarrollar planes alternativos. • Elegir el mejor plan • Desarrollar planes derivados • Atender a la ejecución
Stoner (1995)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formulación de metas 2. Identificación de los actuales objetivos y estrategias. 3. Análisis ambiental. 4. Análisis de los recursos. 5. Identificación de oportunidades estratégicas y riesgos. 6. Identificación de los actuales objetivos y estrategias. 7. Análisis ambiental. 8. Análisis de los recursos. 9. Identificación de oportunidades estratégicas y riesgos.
Gorostegui (1989)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reconocimiento de las oportunidades existentes 2. Selección de los objetivos del plan. 3. Identificación y creación de alternativas. 4. Evaluación de las alternativas. 5. Selección de las alternativas. 6. Seguimiento del plan.
Harold Koontz & Taylor O'Donnell (1967)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocimiento de la oportunidad. 2. Establecimiento de objetivos. 3. Establecimiento de premisas. 4. Determinación de líneas alternativas. 5. Evaluación de líneas alternativas. 6. Selección de una línea de acción. 7. Formulación de planes derivados

Tabla 8 Etapas del Proceso de Planificación¹⁰

De los enfoques anteriores se puede observar 7 pasos similares para el proceso de planificación:

¹⁰ Planeación Estratégica. Portal El Prisma

1. Reconocimiento de la Necesidad u Oportunidad
2. Establecimiento de Objetivos/ Metas
3. Análisis de la Situación Actual
4. Identificación y Determinación de Alternativas
5. Evaluación y Selección de las Alternativas
6. Formulación y Desarrollo de Planes
7. Evaluación y Control (Seguimiento) de los Planes

Teniendo claro que se hará un Plan de Desarrollo Turístico para la Cooperativa Punta Real de R.L., y que se hará uso de la Planificación estratégica ya que esta permitirá trazar las estrategias necesarias para que se logren los objetivos de desarrollar la zona, donde esta Planificación Estratégica será parte de la metodología que se aplica para la realización de Planes de Desarrollo Turísticos como se verá más adelante ahora que ya se tiene un parámetro de los que es un Plan y lo que conlleva la planificación se procede a conceptualizar que es un Plan de Desarrollo para posteriormente finalizar con la definición de lo que es un Plan de Desarrollo Turístico y su metodología de aplicación ya que esto es básicamente lo que se intenta plasmar.

3. PLAN DE DESARROLLO

Un plan de desarrollo es una propuesta global que pretende alcanzar ciertos objetivos. Asimismo es una herramienta de gestión que promueve el desarrollo social en un determinado territorio. De esta manera, sienta las bases para atender las necesidades insatisfechas de la población y para mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos.

El concepto de desarrollo hace referencia a dar incremento o acrecentar algo, que puede ser físico o intelectual. Cuando el término se aplica a una comunidad humana, aparece relacionado con el progreso económico, cultural, social o político.

La intención de un plan de desarrollo es que las soluciones que ofrece logren mantenerse en el tiempo y ser sostenibles, para que la población no requiera de la asistencia social sino que pueda mantenerse con sus propios medios. Por eso, los planes nacionales de desarrollo buscan promover la autosuficiencia de la gente.

La Metodología general que utiliza todo plan de desarrollo es el siguiente:



Ilustración 3 Pasos Generales de un Plan de Desarrollo

4. PLAN DE DESARROLLO TURISTICO

Antes de identificar que es un Plan de Desarrollo Turístico se debe hacer un preámbulo a los diferentes enfoques que tiene la planeación turística.

De acuerdo a Getz (citado por Ivars, 2003: 108) se pueden identificar cuatro enfoques con relación a la planificación turística: desarrollista, económico, físico y comunitario.

a. EL DESARROLLISTA

Refiere la tradición dominante de la planificación turística y se caracteriza por tener una posición favorable y acrítica del turismo; ofrece previsiones de demanda turística con fines fundamentalmente promocionales.

b. EL ECONÓMICO

Concibe al turismo como actividad exportadora, con potencial contribución para el crecimiento económico, el desarrollo regional y la reestructuración productiva; otorga prioridad a los fines económicos - por sobre los ambientales y sociales - sin analizar cómo se distribuyen socialmente los beneficios del turismo.

c. EL FÍSICO

Incorpora la dimensión territorial para alcanzar una adecuada distribución de las actividades turísticas en el espacio y lograr usos racionales del suelo; examina los aspectos ambientales, aunque ha desatendido los sociales y culturales.

d. EL COMUNITARIO

Promueve un control local del desarrollo turístico con el fin de que la población sea la beneficiaria, haciendo énfasis en desarrollos de abajo-arriba, no obstante a la fecha su operación ha mostrado dificultades prácticas.

Los enfoques expuestos no son excluyentes entre sí, siendo frecuente su integración. Burns (citado por Ivars, 2003: 109) anota que los países del tercer mundo han continuado desarrollando su planificación de una manera tradicional, con un propósito fundamentalmente macroeconómico y una limitada atención a consideraciones sociales o ambientales, por lo que los enfoques desarrollista y económico se han presentado unificados. Los enfoques tampoco son secuenciales, puesto que su desarrollo ha continuado en paralelo, aunque el enfoque comunitario ha sido de reciente aparición.

El Plan de Desarrollo Turístico debe incorporar parte el enfoque desarrollista como el enfoque comunitario y complementarse, pero este debe apostarle al turismo sostenible y la competitividad turística. Se debe recordar también que el Turismo es un sistema donde interactúan varios factores.

e. EL SISTEMA TURÍSTICO

Es un modelo conceptual de proceso formado por un conjunto de elementos ordenados según sus funciones y su localización espacial, que se enlazan racionalmente entre sí por medio de los principios o reglas del mercado (oferta, demanda y regulación), manteniendo a su vez relaciones de intercambio con otros sistemas de diferente rango.

Como todo sistema conceptual, proviene de un sistema real y es paralelo ajustándose metodológica y simbólicamente, facilitando el análisis y la comprensión de dicho sistema real y es en este sentido en que radica su importancia como herramienta de investigación.

Particularidades: En el sistema turístico ningún elemento se encuentra aislado sino que todos sus componentes están muy vinculados entre sí y con el exterior. Esta característica le confiere un alto grado de apertura, flexibilidad y dinamismo por lo que resulta un modelo teórico maleable frente a distintas situaciones del entorno físico, sociocultural y económico.

- **Composición del Sistema Turístico**

El sistema turístico está compuesto por un conjunto de elementos heterogéneos que están estrechamente vinculados entre sí y en constante dinamismo. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) el sistema turístico se compone de 4 elementos: La demanda, la oferta, el espacio geográfico y los operadores de mercado. Por su parte Bullon propone los siguientes elementos: la demanda, la oferta, la infraestructura, la superestructura, los atractivos y las facilidades.

- **Atractivos turísticos**

Son lugares que despiertan el interés del turista por visitar un destino gracias a sus características tangibles y/o intangibles destacadas. Un destino para considerarse atractivo debe ser competitivo y para lograrlo, se debe satisfacer las motivaciones que impulsaron a los visitantes a viajar a él.

Los atractivos turísticos de un destino se dividen en naturales como parques, desiertos, playas, etc., y culturales como la gastronomía, el folclor y la arquitectura de sus monumentos y sitios históricos.

- **Superestructura**

Son organizaciones del orden público y privado que representan a prestadores de servicios de los sectores relacionados a turismo, de la misma manera que establecen políticas, velan por intereses propios de sus agremiados, desarrollan proyectos y fomentan la inversión.

En El Salvador existen por ejemplo: Ministerio de Turismo (MITUR), CORSARTUR, MARN, entre otros.

- **Infraestructura**

Definida por el diccionario de la Real Academia Española como el conjunto de elementos, dotaciones o servicios necesarios para el buen funcionamiento de un país, de una ciudad o de una organización cualquiera.

En el caso del sector turismo, son las vías de comunicación indispensables para que el viajero pueda trasladarse dentro y fuera del destino turístico.

Son 3 tipos de infraestructura: marítima, terrestre y aérea.

- **Servicios**

En el sistema turístico encontramos 2 tipos de servicios, los básicos como hoteles, agencias de viajes y restaurantes, es decir, son aquellos inmuebles que necesita un turista de manera fundamental al momento de viajar; y los servicios complementarios, que no intervienen directamente con el turista pero son necesarios, ejemplo de estos son los bancos, las casas de cambio o las gasolineras.

- **Turistas**

Ninguno de los anteriores elementos podría subsistir sin los turistas. Ellos constituyen la contraparte de la ley de oferta y demanda, es decir, son quienes consumen, utilizan y/o se ven beneficiados de lo que el destino tiene para ofrecer; además, es a partir de su experiencia, que dentro del destino se pueden establecer estrategias para satisfacer sus necesidades de una mejor manera, alentando el desarrollo de la comunidad receptora.

f. INTERACCIONES DEL SISTEMA TURÍSTICO

Tal como se mencionó, el sistema turístico es un sistema dinámico y flexible y esto no solo se debe a la naturaleza de sus componentes sino que dichas características se deducen de la interacción entre dichos componentes. Así, esta interacción se da de manera natural aunque dependiendo del destino analizado, dicho dinamismo se presentará en mayor o menor medida. Esto último depende de muchos factores, tanto internos como externos:

- **La fase de desarrollo del destino:** si el destino se encuentra en una fase inicial puede presentar cierta rigidez a nivel estructural o social. En cambio se es un destino consolidado puede presentar un sistema turístico muy dinámico. En contrapartida si se encuentra en decadencia puede evolucionar degenerativamente hacia la rigidez. En este factor influye de manera importante como se haya diseñado el plan de desarrollo del destino.
- **El entorno:** este factor puede influir tanto de forma positiva como negativa en la fluidez del sistema turístico. El comportamiento de los mercados mundiales, conflictos globales, manifestaciones climáticas, son todos elementos que afectan a la interacción de los elementos que conforman el sistema turístico y si bien su

naturaleza (la del sistema) es la adaptabilidad a estos fenómenos, resulta claro el impacto de éstos en la actividad turística.

- **Una superestructura ineficiente:** como se menciona arriba, la superestructura es el componente que funciona como lubricante de todo el sistema; es el que vela por la dinámica correcta y el equilibrio dentro del sistema turístico. En este sentido, una mala gestión por parte del sector público influiría en el sistema turístico y podría generar cierta rigidez a nivel estructural, social, económico, etc.
- **El desarrollo sostenible:** en los últimos años se ha hablado de que el turismo es una actividad degenerativa o "de generadora" por sí misma. En este sentido, podría aducirse que si en una fase inicial el desarrollo turístico puede generar mayores beneficios que impactos, en muchos destinos luego de un tiempo esta situación se ha revertido, generando tensiones sobretodo sociales entre la comunidad local y el resto del sistema. Esto revela que el planteamiento del desarrollo turístico a partir del principio de sostenibilidad puede ser un factor que asegure su correcto funcionamiento, es decir, haciendo logrando un dinamismo y una flexibilidad sostenibles del propio sistema.

Básicamente los componentes principales del Sistema Turístico son: la Oferta y la Demanda Turística, cuya compleja red de relaciones tanto físicas como intangibles, se desarrollan sobre un territorio determinado (origen, destino y espacio recorrido entre ambos), y causan una serie de impactos tanto positivos como negativos en aspectos ambientales, socioculturales, y económicos en todo el territorio sobre el que se asienta y desarrolla el Sistema Turístico.

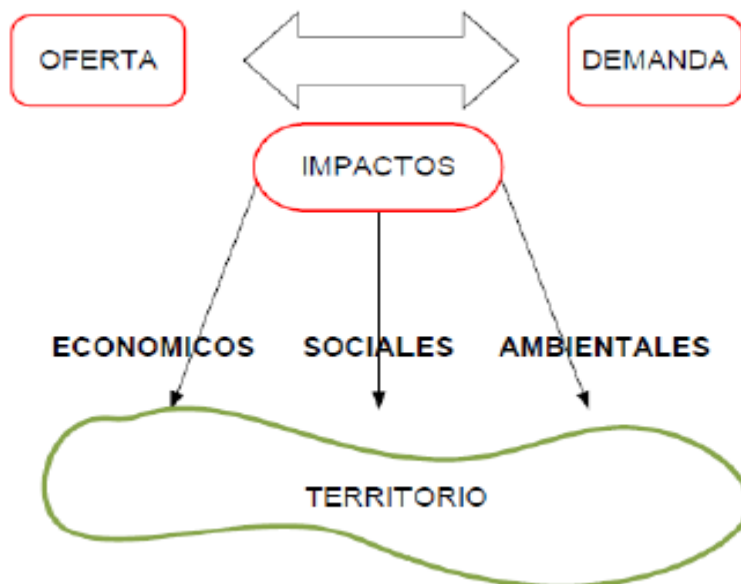


Diagrama 3 Componentes del Sistema Turístico

g. MODELOS DE SISTEMAS TURÍSTICOS

• Modelos de Enfoque Espacial

El turismo es un fenómeno cuya esencia está relacionada con el concepto de *espacio*. Más allá de expresar aspectos fundamentales del fenómeno turístico, los modelos teóricos con enfoque espacial son bastante difundidos. Se puede definir esa categoría de modelos como aquellos cuyos principales elementos constitutivos son de carácter espacial, como por ejemplo origen y destino. Buena parte de los modelos teóricos con enfoque espacial concentran su atención en la relación existente entre esas dos unidades geográficas. Otro elemento bastante frecuente en los modelos espaciales es el desplazamiento de los turistas entre origen y destino.

• Fernández Fuster (1985)

Representa el fenómeno del turismo con un modelo extremadamente simple basado en la interrelación entre origen y destino. A los flujos turísticos de ida y vuelta los coloca entre estos dos elementos.

• El Modelo presentado por Marriot (en Pearce 2003:30)

Es semejante al de Fernández Fuster, centrándose también en la interrelación origen - destino. El autor agrega entre esos dos elementos las rutas que pueden ser utilizadas por los turistas para desplazarse. En el modelo de Marriot existen tres rutas entre origen y destino: de acceso, de regreso y recreativa. Las rutas de acceso y de regreso son aquellas vías sin atractivo que se utilizan sólo para el desplazamiento. Por lo general las rutas utilizadas de arribo son las mismas que para el regreso. La ruta recreativa es aquella que presenta atractivos que forman parte la experiencia del turista y contribuyen directamente a satisfacer sus deseos. Asimismo, el modelo propone la posibilidad de combinar las vías de acceso y de regreso con las recreativas.

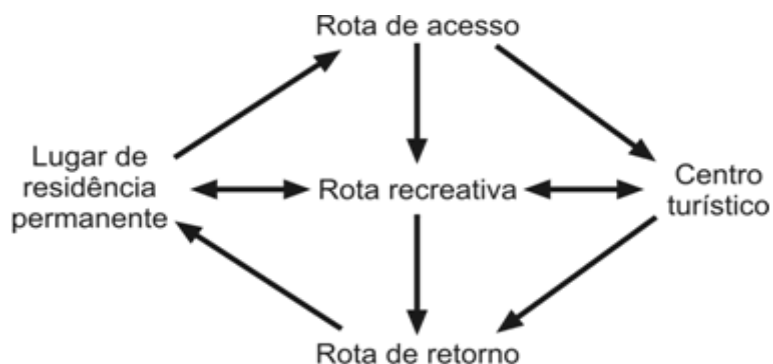


Diagrama 2 Modelo teórico de enfoque espacial de Marriot¹¹

¹¹ Marriot Pearce 2003:30

- **El Modelo de Palhares (2002)**

También se enfoca en la interrelación entre origen y destino. En comparación con el modelo de Marriot desarrolla mejor las posibilidades de diferentes destinos. El autor destaca la posibilidad de que los turistas visiten más de un destino durante un viaje, estableciendo un destino primario y uno o más destinos secundarios.

El modelo de Palhares también destaca la cantidad de desplazamientos que pueden ser realizados por los turistas. Son representados los flujos entre origen, destino primario y destinos secundarios, además de los realizados en el interior de cada destino turístico indicados por las flechas en forma de elipse.

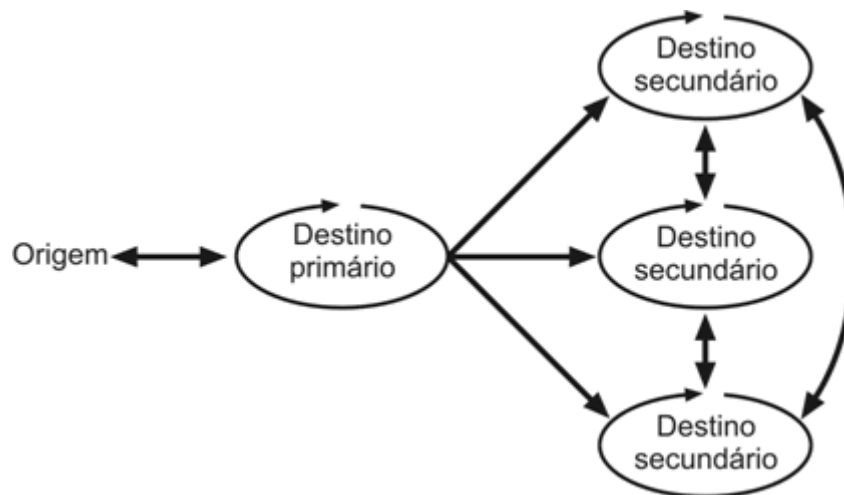


Diagrama 3 Modelo teórico de enfoque espacial de Palhares¹²

- **El Modelo de Lundgren (en Pearce 2003)**

Presenta de manera distinta la cuestión de los diferentes destinos posibles. En vez de diferenciarlos como primarios o secundarios, el autor utiliza tres criterios para su clasificación. Considera, en principio, que las localidades pueden emitir y recibir turistas al mismo tiempo y analiza la relación entre el volumen de turistas en cada sentido. Luego considera la cuestión de la centralidad geográfica, jerarquizando las localidades según su papel dentro del contexto regional. Finalmente tiene en cuenta los atributos del lugar. En base a estos criterios surgen cuatro tipos de destinos turísticos:

- Destinos metropolitanos: localización central, muy poblada, con grandes flujos turísticos emisivos y receptiva conectada con redes de transporte internacional y transcontinental.

¹² Palhares (2002:28)

- Destinos urbanos periféricos: menor importancia en la centralización regional, población mediana y mayor tendencia para recibir que para emitir turistas.
- Destinos rurales periféricos: dependencia de centros regionales, pequeña población, atributos paisajísticos considerables, pequeña emisión de turistas y recepción posiblemente significativa.
- Destinos de ambiente natural: totalmente dependiente de los centros regionales, población no significativa, gran distancia de las áreas generadoras, emisión prácticamente nula y recepción posiblemente considerable.

- **Pearce (2003)**

Propone un modelo espacial de turismo que se centra especialmente en la descripción de los tipos de flujos turísticos. En el centro de su análisis el modelo ubica una ciudad con distintos tipos de flujos posibles. Según el modelo tal conjunto de posibilidades depende de la demanda de turistas. Se describen tres demandas: de residentes, de turistas domésticos y de turistas internacionales.

La demanda turística de los residentes permite la existencia de todos los tipos de flujos que parten de la ciudad. La demanda de los turistas domésticos posibilita flujos con destino a la ciudad, dentro de la propia ciudad y aquellos que utilizan la ciudad como punto de apoyo para acceder al exterior o a localidades vecinas. Finalmente, la demanda de los turistas internacionales puede visitar la ciudad como destino final y utilizarla como base para visitar localidades próximas o como puerta de entrada al país.

Los modelos presentados hasta aquí intentan describir al turismo por medio de conjuntos de elementos posibles como tipos de destinos, rutas y flujos. El intento de identificar los elementos constituyentes de esos conjuntos, a pesar de mostrar aspectos importantes del turismo, es rígido y estático para describir el fenómeno con precisión. Aunque los modelos busquen identificar las posibilidades de elementos, la complejidad del fenómeno turístico estará siempre más allá de su delineación. Dada la pluralidad y la dinámica del turismo, siempre podrán surgir nuevas posibilidades que aún no están presentes en los modelos de este tipo.

Otra forma de buscar descripciones del fenómeno turístico es por medio de la proposición de modelos que expresen sus elementos relaciones fundamentales. En este sentido, el modelo propuesto por Leiper (1979) es bastante adecuado. Es citado y adoptado por diversos autores (Boniface y Cooper 1987; Cooper et al. 2001; Hall 2001; Petrocchi 2001).

El modelo presenta una forma simple y amplia al representar el turismo, constituyéndose por elementos e interrelaciones reconocidas como fundamentales. Corroborando estas afirmaciones, Cooper et al. (2001:40) describen el abordaje de Leiper:

“Tiene la capacidad de incorporar al turismo visiones interdisciplinarias porque no está enraizado en cualquier tema o disciplina en particular, sino que provee una estructura dentro de la cual se pueden situar los puntos de vista de las distintas disciplinas. Se la puede usar en cualquier escala o nivel de generalización (desde un resort hasta en la industria internacional). El modelo es infinitamente flexible, permite la incorporación de formas diferentes de turismo, y al mismo tiempo demuestra sus elementos comunes”.¹³

El autor presenta dos diagramas teóricos para representar al turismo. El primero, identificado como elementos geográficos del turismo, representa el origen, el destino y las rutas de tránsito

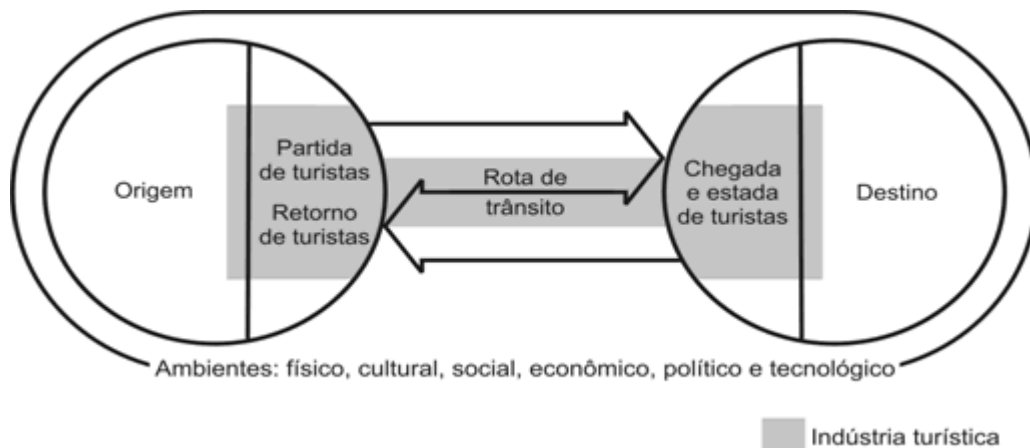


Diagrama 4 Modelo teórico del enfoque espacial de Leiper¹⁴

Con este diagrama Leiper agrega algunos conceptos. El resultado es un modelo fundamentalmente espacial pero con presencia de otras categorías de elementos. En este modelo denominado sistema de turismo, hay tres aspectos básicos:

- **Turistas:** son los actores del sistema. Los turistas parten de su lugar de residencia, viajan al destino en el cual permanecen durante cierto tiempo y luego regresan al lugar de origen.

- **Elementos geográficos:** el espacio emisor de visitantes que constituye la localidad de residencia habitual donde se generan recursos a ser gastados por el turismo, se busca información u se hacen reservas. El espacio receptor es la razón de existencia del turismo, motiva los desplazamientos y recibe los principales efectos de la actividad. El espacio de tránsito comprende todas las localidades por las cuales los turistas pasan hasta llegar al destino.

- **Industria turística:** es el grupo de empresas y organizaciones involucradas en la oferta del producto turístico. Está representada en las tres regiones geográficas pero no en todo

¹³ Afirmaciones de Cooper et al (2001:40)

¹⁴ Leiper (1979:404)

el espacio por lo cual siempre hay posibilidades de utilizar recursos que no están específicamente volcados a la atención de los turistas.

El modelo de sistema turístico de Leiper permite la localización de varios sectores del turismo, distinguiéndolos como pertenecientes mayoritariamente al origen, al destino o al espacio de tránsito. Por ejemplo, la mayor parte de los agentes de viaje se encuentran en la región generadora de turistas. La industria turística se hace presente en la región de destino. El sector de transporte está ampliamente representado por la región de la ruta de tránsito. Esa distinción espacial también puede ser encarada como una forma de categorización de los factores determinantes de los flujos turísticos.

Modelos de Enfoque Sistémico

Se consideran modelos sistémicos a aquellos que buscan expresar los elementos que forman parte del sistema turístico, sus interrelaciones y su relación con el ambiente externo. Buena parte de los modelos sistémicos está compuesta por conjuntos de elementos relativos a la oferta turística. Algunos casos incluyen también elementos relativos a la demanda y centran su atención en la interrelación oferta-demanda.

- **Según Petrocchi (2001:18)**

Modelo propuesto por Inskeep describe al turismo por medio de un diagrama compuesto por tres niveles de elementos. El ambiente natural, cultural y socioeconómico ocupa una posición central, recibiendo el status de principal elemento del sistema turístico. En segundo plano están los elementos de la industria turística. En tercer lugar el modelo indica la posibilidad de consumo del producto turístico por visitantes al igual que por residentes.

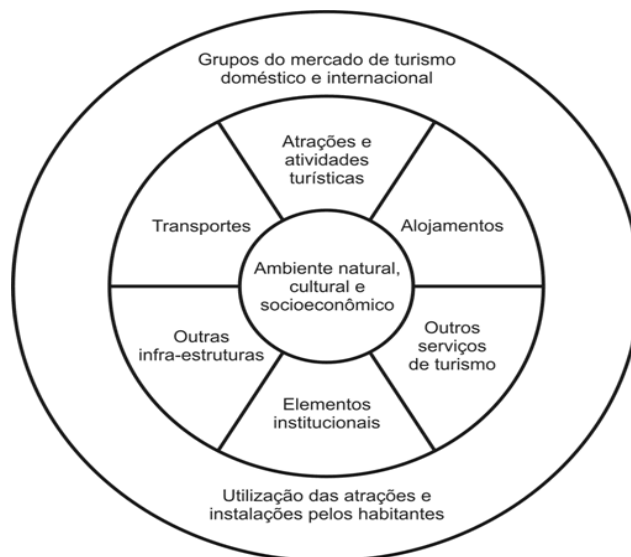


Diagrama 5 Modelo teórico de enfoque estructural de Inskeep¹⁵

¹⁵ Inskeep (2001:18)

Como ya se señaló, el fenómeno turístico es extremadamente complejo y la tarea de definir los elementos constitutivos de su sistema es considerablemente difícil. Algunos modelos, como el de Inskip, adoptan por solución citar elementos poco específicos, como otros servicios de turismo. Otra posibilidad es la utilizada por Goeldner et al. (2002:31-36) en su modelo.

Los autores buscan definir los elementos del sistema turístico de manera exhaustiva, generando un modelo bastante complejo y detallado. Los autores ubican los recursos y el ambiente natural como el centro del fenómeno turístico. Allí son incluidos los aspectos relativos a la fisiografía, al clima del destino turístico y las personas, sean residentes o turistas.

El ambiente construido se encuentra en segundo lugar y comprende la cultura, infraestructura, superestructura, tecnología, información y orientación. Es importante destacar que algunas de esas categorías presentan definiciones distintas de las que usualmente son adoptadas por otros autores.

En la categoría superestructura, por ejemplo, se incluyen las instalaciones desarrolladas especialmente para los turistas, como hoteles, restaurantes, empresas de alquiler de vehículos y atracciones. El ítem orientación contempla aspectos como sistema jurídico, político y fiscal. En tercer lugar están las organizaciones responsables de la planificación, desarrollo y promoción. Ese conjunto involucra a los encargados de formular políticas, planificar estrategias, y otros actores relacionados con el desarrollo turístico del destino. La línea ondulada entre entidades de los sectores público y privado representa la importancia de los esfuerzos de la planificación integradora y cooperativa.

Los modelos estructurales presentados se preocupan por definir cuáles son los elementos pertinentes al fenómeno turístico. Se critican las interrelaciones expuestas porque son poco detalladas, sabiendo que las relaciones de los elementos constitutivos del sistema de turismo son bastante complejas.

- **El modelo propuesto por Moscardo (en Cooper et al. 2001:88-90)**

Presenta interrelaciones más detalladas, colocando los elementos en una secuencia lógica y describiendo al turismo como un proceso circular. Cada elemento pasa a ocupar una posición específica dentro del sistema relacionándose directamente sólo con los elementos que le son pertinentes.

El modelo de Moscardo entiende que el turista elige el destino de su viaje a partir de las características particulares y de la imagen de ese destino. Éstos a la vez, retroalimentan el sistema por medio de las variables de marketing, influyendo directamente sobre los turistas.

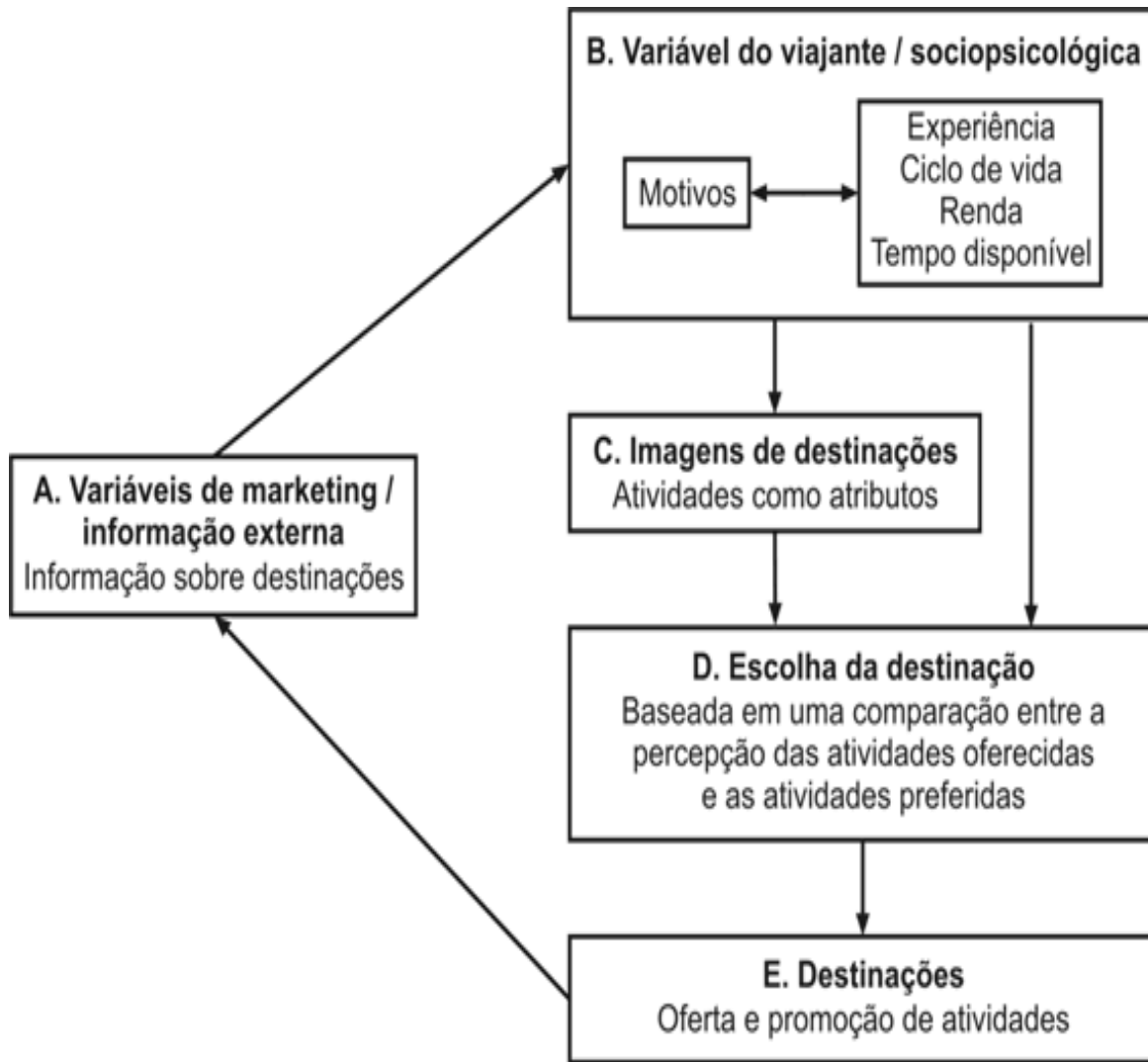


Diagrama 6 Modelo teórico de enfoque estructural de Moscardo¹⁶

El modelo propuesto por Hall (2001:81) también presenta interrelaciones más detalladas. El centro de atención está entre oferta y demanda.

Según el modelo, de esta interacción resulta el elemento denominado experiencia turística. Este a la vez, retroalimenta al sistema por medio de sus impactos en todos los componentes que este tiene como son la cultura, las expectativas, el gobierno los recursos, las motivaciones, experiencias pasadas, preferencias de los turista así como la industria turística, entre otras.

¹⁶ Moscardo

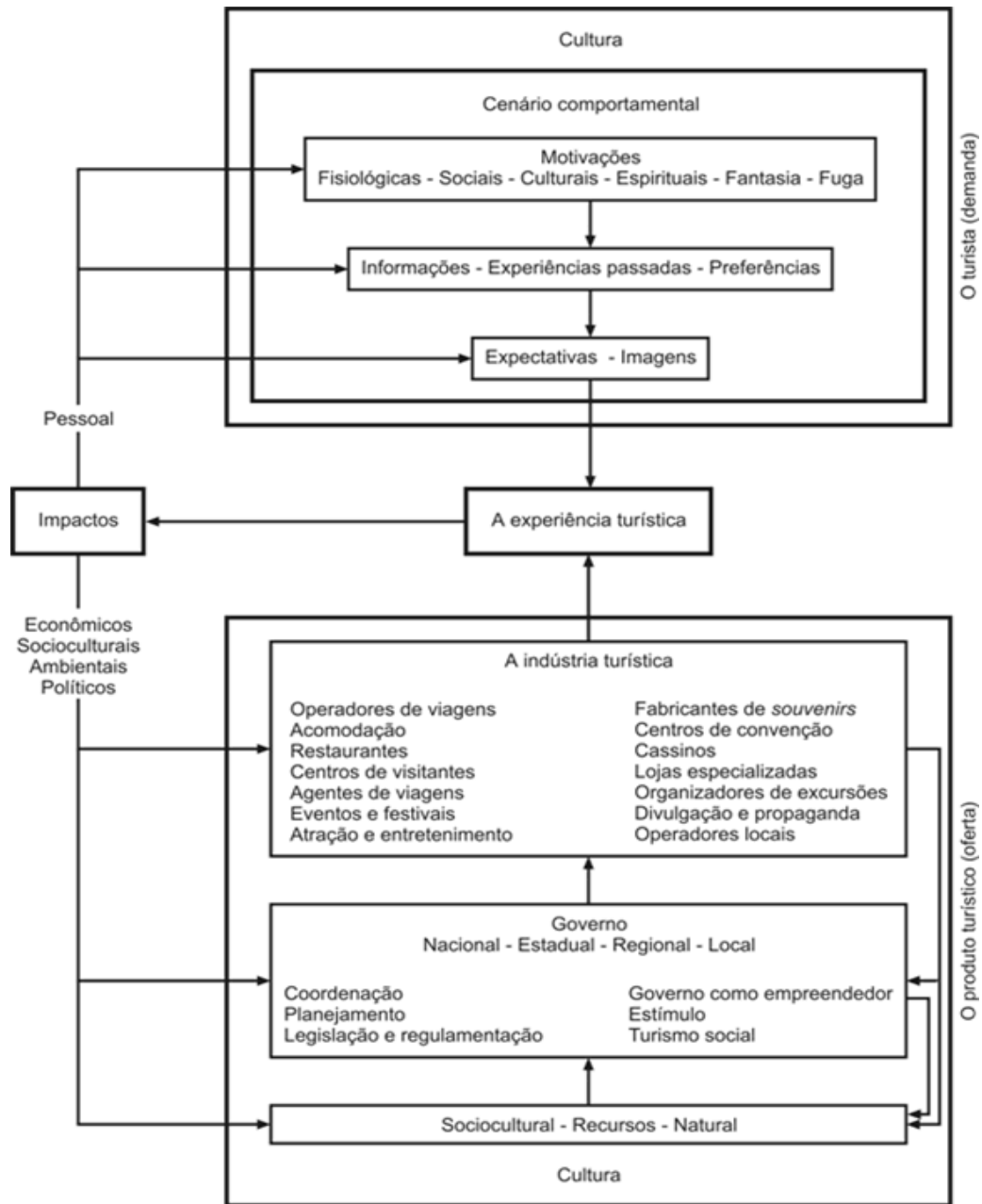


Diagrama 7 Modelo teórico del enfoque estructural de Hall¹⁷

El único modelo estructural de origen brasileño de este estudio es el propuesto por Beni en su tesis de doctorado publicada (Beni 1998). El autor propone un complejo Sistema de Turismo (SISTUR) que tiene por objeto:

Organizar el plan de estudios de la actividad turística considerando la necesidad demostrada desde hace tiempo en las obras teóricas e investigaciones publicadas en diversos países, de fundamentar las hipótesis de trabajo, justificar posturas y principios

¹⁷ Hall (2001:81)

científicos, perfeccionar y estandarizar conceptos y definiciones, y consolidar conductas de investigación para instrumentar análisis y ampliar la investigación con el consecuente desarrollo de nuevas áreas del conocimiento (Beni 1998:44).

El modelo de Beni selecciona los elementos del sistema turístico de manera bastante adecuada, evitando lagunas y superposiciones presentes en los modelos anteriormente citados. Los elementos son organizados y categorizados en tres diferentes conjuntos: de las Relaciones Ambientales, de la Organización Estructural, y de las Relaciones Operacionales.

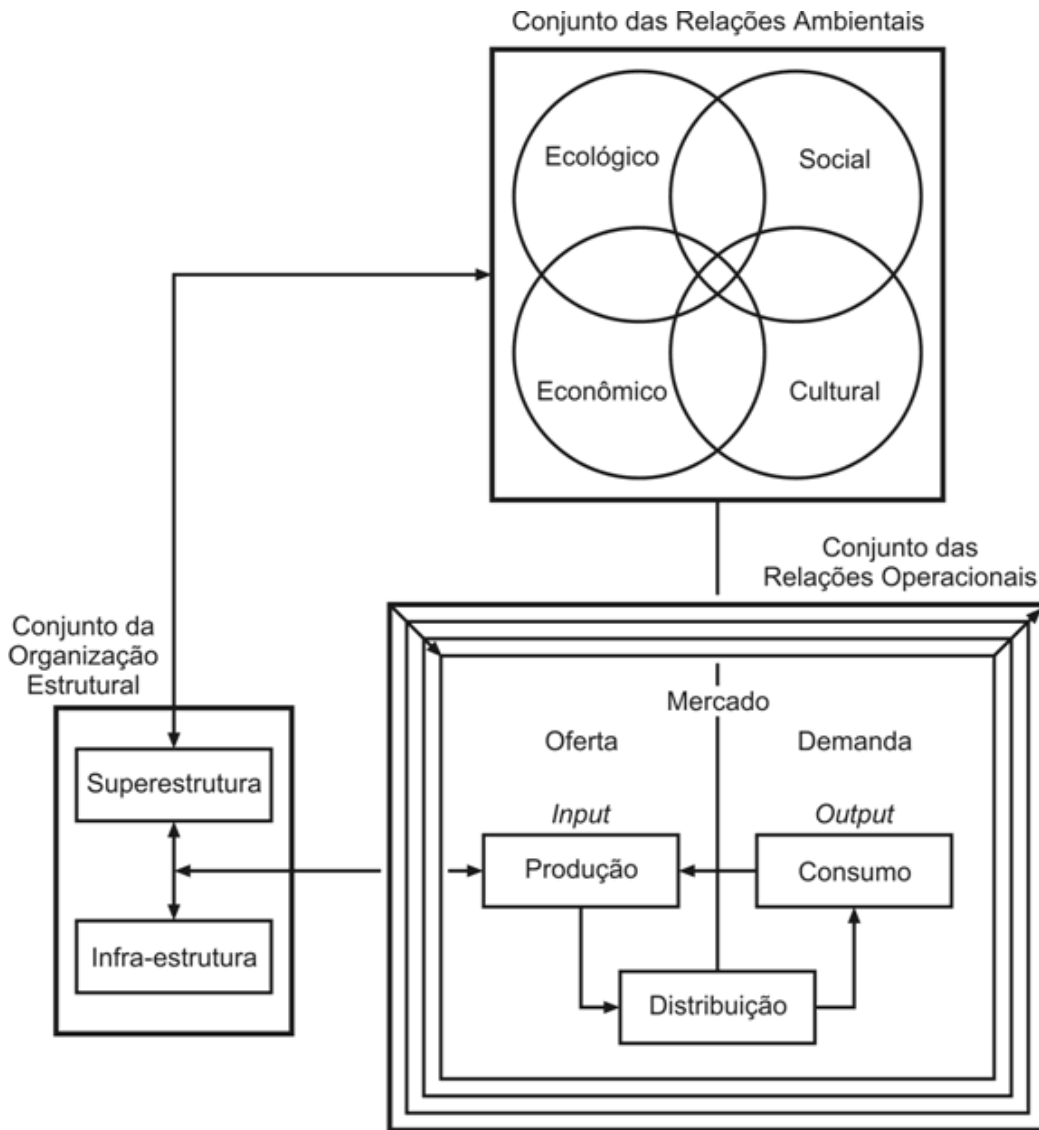


Diagrama 8 Modelo teórico de enfoque estructural de Beni

j. Resumen de los modelos mencionados anteriormente

MODELOS	ELEMENTOS	DESCRIPCION
OMT	Demanda, Oferta, Espacio Geográfico, Operadores de mercado	Está compuesto por un conjunto de elementos heterogéneos que están estrechamente vinculados entre sí y en constante dinamismo.
MARIOT	Ruta de Acceso, Origen, Ruta Recreativa, Destino, Ruta de Retorno	El autor agrega entre esos dos elementos las rutas que pueden ser utilizadas por los turistas para desplazarse. (origen-destino)
PELHARES	Origen, Destino primario, Destino Secundario	El autor destaca la posibilidad de que los turistas visiten más de un destino durante un viaje, estableciendo un destino primario y uno o más destinos secundarios.
LUNDGREN	Destinos metropolitanos, Destinos urbanos periféricos, Destinos de ambiente natural	Parte de la jerarquización de las localidades según su papel dentro del contexto regional.
LEIPER	Turistas, Elementos geográficos y la Industria turística	Se plantea al Turista como el elemento fundamental en función a la concepción del Turismo como una actividad humana, social.
BOULLON	Demanda, Demanda potencial, Producto y planta turística	Este concibe el sistema turístico desde los conceptos económicos, denominándose el modelo "Oferta-Demanda", asociado a un turismo de carácter comercial, como el bien plantea.
INSKEEP	Ambiente natural, cultural y socioeconómico, industria turística, producto turístico	El fenómeno turístico es extremadamente complejo y la tarea de definir los elementos constitutivos de su sistema es considerablemente difícil.
MOSCARD O	Información externa, Variables de viaje, imágenes del destino, selección del destino, destino	Entiende que el turista elige el destino de su viaje a partir de las características particulares y de la imagen de ese destino.
HALL	Cultura, Industria turística, Impactos, gobierno	El centro de atención está entre oferta y demanda. Según el modelo, de la esta interacción resulta el elemento denominado experiencia turística. Este a la vez, retroalimenta al sistema por medio de sus impactos.
BENI	Conjunto de organización estructural, conjunto de relaciones ambientales y conjunto de relaciones operacionales	Los elementos son organizados y categorizados en tres diferentes conjuntos: de las Relaciones Ambientales, de la Organización Estructural, y de las Relaciones Operacionales.

Tabla 9 Resumen de Modelos de Sistemas Turísticos

Para la llevar a cabo la investigación para la realización del diagnóstico, los elementos del sistema de turismo que se consideraran son aquellos elementos comunes de todos los modelos propuestos y de esta manera se determina utilizar 4 elementos básicos, siendo estos:

- **La demanda:** representada por todo el flujo de turistas actuales y potencial, ya sean nacionales o extranjeros que prefieren visitar el país.
- **La Oferta:** la constituye todo aquel recurso y/o atractivo que se encuentre en nuestra zona en estudio.

- **Espacio Geográfico:** elemento principal del sistema turístico, ya que aquí converge la oferta y la demanda, demostrando que se puede suplir las necesidades de los turistas.
- **Entes de interés:** Está integrado por todas aquellas organizaciones tanto nacionales como privadas e incluso internacionales u cualquier otro tipo de apoyo al sector turismo en el país, incluyendo leyes y políticas.

Al inicio se definió que el Plan de Desarrollo Turístico no solo debe ser visualizado como un sistema sino que debe apostarle al Turismo Sostenible y a la Competitividad ahora que hemos definido los tipos de Sistemas Turísticos se debe abordar el tema de la Competitividad y como esta se va a considerar para esta investigación para generar el Plan de Desarrollo Turístico y posteriormente abordar el tema del Turismo Sostenible al cual le apuestan los Planes de Turismo Actualmente y para finalizar el apartado se desglosara la metodología que tiene un Plan de Desarrollo Turístico.

5. COMPETITIVIDAD TURÍSTICA

El término competitividad es muy utilizado en los medios empresariales, políticos y socioeconómicos en general, la competitividad tiene incidencia en la forma de plantear y desarrollar cualquier iniciativa de negocios, lo que en la actualidad está provocando obviamente una evolución en el modelo de empresa y empresario. Para entender las dimensiones que implican las características de la competitividad, se parte de su definición:

“Es la capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población”. El único camino sólido para lograr esto se basa en el aumento de la productividad por lo que se requiere una estrategia acorde a las metas propuestas para lograrlas en la industria en la cual se encuentra operando”¹⁸

Para realizar un análisis de la competitividad del turismo, la ventaja comparativa se relaciona con los recursos naturales heredados tales como clima, paisaje, flora, la fauna, etc., mientras la ventaja competitiva relacionaría con la infraestructura de turismo (hoteles, atracciones, transporte, red de telecomunicaciones), las fiestas y eventos, la calidad de la atención al turista, habilidades de las personas que trabajan en actividades turísticas, política gubernamental y así sucesivamente.

“El fenómeno de turismo representa fundamentalmente una forma diferente de intercambio económico que hace la venta de recursos físicos” (Larry Dwyer, 2001)¹⁹.

¹⁸ Porter M. (1996)

¹⁹ Dwyer, Larry, 2001, Destination competitiveness: Determinants and Indicators, Sydney, Australia

En el contexto del turismo, la ventaja comparativa y la ventaja competitiva son importantes y cualquier país que desee llegar a ser un destino turístico competitivo debe reconocer esto.

Una razón mayor para mejorar la competitividad en el sector turismo es el principio de la diferenciación del producto turístico con el producto más tradicional; para entender esta diferencia se presenta la siguiente definición de producto turístico y sus características.

El producto turístico es principalmente un conjunto de servicios, compuesto por una mezcla o combinación de elementos de la industria turística.

Las características del producto turístico son las siguientes:

- **Intangibilidad:** Los productos turísticos tienen unas componentes tangibles y otras intangibles.
- **La tangibilidad:** se observa en la cama de un hotel, el overbooking, la calidad de la comida. La parte tangible la constituye el producto turístico en sí, tal y como es ofrecido por la empresa de servicios turísticos.



Ilustración 4 Servicios Intangibilidad

La intangibilidad: se deduce del hecho de que las características de las componentes de un producto turístico no se pueden testar por medio de los sentidos. Los turistas generan expectativas, imaginan cómo es el producto, qué uso le darán, y qué resultados esperan obtener. Esta componente de intangibilidad hace que los consumidores no estén seguros de lo que compran, ni del beneficio que realmente van a obtener cuando consuman el producto.



Ilustración 5 Servicios Turísticos

- **Caducidad:** Los productos turísticos no se pueden almacenar.
- **Agregabilidad y sustituibilidad:** El producto turístico se forma a partir de la agregación de varios componentes, alguno de los cuales se puede sustituir por otro de forma inmediata.
- **Heterogeneidad:** El producto turístico está formado por muchas partes, y condicionado por muchos factores.

Existen modelos de para estudiar la Competitividad Turística entre ellos están el Diamante de Porter, La Cadena de Valor y L.

- **Diamante de Porter:**

En 1990, el teórico estadounidense Michael Porter ya era conocido por sus aportes a la gestión empresarial. Su teoría de la 'Cadena de valor' era estudiada en las escuelas de negocios más importantes del mundo y aplicada en muchos sectores de la economía, en los cuales ya anticipaba el éxito que luego alcanzaría.

Sin embargo, sus inquietudes sobre la competitividad le llevaron a plantear un nuevo modelo de análisis conocido como el Diamante de Porter.

Se trata de un esquema gráfico en el cual se relacionan los indicadores a nivel micro que influyen decisivamente para que un país, una región, una comunidad o, incluso, una empresa sean realmente competitivos.

Porter pensó inicialmente que sería una contribución para los países, pero con el paso del tiempo se dio cuenta de que los beneficios de su esquema se presentaron sobre todo en el plano empresarial y en ciertas regiones o comunidades.



Ilustración 6 Diamante de Porter

El diamante de Porter sugiere que existen razones concretas para que cada país, región, localidad, sector de la economía o empresa sean más competitivos que otros. Es decir, analiza los factores que generan ventajas competitivas que permiten que, por ejemplo, una marca se consolide como la primera de su campo.

No obstante, lo interesante del esquema no son los factores en sí mismos, que por otra parte son más bien conocidos y no sugieren ningún aporte; lo que realmente supuso una innovación fue la relación entre ellos.

El esquema tiene en realidad forma de rombo y establece cuatro elementos esenciales para el análisis de la fuerza competitiva de una empresa como se muestra:

1) Condiciones de los factores:

Hace referencia al entorno en el que intervienen los factores productivos de las empresas. Es decir, a cosas como la dotación de recursos, la mano de obra, la infraestructura especializada o la base científica que sustenta la idea comercial. También a la eficacia, la capacidad de respuesta y las relaciones que establezca cada empresa con su medio. Porter asegura que los factores que garantizan un alto posicionamiento en el mercado son los creados por las propias compañías, contraviniendo la opinión de quienes consideran que son los factores que se han heredado. Para él, la innovación y la creación están directamente ligadas a la productividad y, por supuesto, a las ventajas competitivas.

Un ejemplo de ello lo vemos en la industria de las flores de Holanda, un país que pese a no tener el mejor suelo ni las mejores condiciones climáticas para el cultivo de este producto, es uno de los más prestigiosos en el mercado mundial. La explicación es que las condiciones de sus factores productivos son mejores que las de otros países con mayor capacidad de producción.

2) Condiciones de la demanda:

Porter asegura que también la demanda tiene una influencia indirecta cuando se trata de generar ventajas competitivas. Si un grupo de compradores es exigente, está bien informado y mantiene una actitud crítica frente a lo que le ofrecen, las empresas de ese sector inexorablemente tendrán que hacer su mejor esfuerzo para satisfacer esa demanda. O mejor dicho, se verán obligadas a innovar en cada nueva oportunidad y buscarán nuevas alternativas de comercialización. De hecho, las empresas pueden ir un poco más allá y tratar de anticiparse a lo que sus clientes podrían necesitar en un corto o medio plazo.

3) Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas:

La presencia de competidores en el mismo espectro comercial es otro factor que promueve la aparición de ventajas competitivas. El solo hecho de saber que otra marca busca lo mismo que nosotros genera un efecto estimulante que, a medio o largo plazo, nos ayuda a mejorar la calidad de nuestro producto, crear nuevas estrategias de mercado y emprender un proceso de mejora continua del cual se derivarán nuevas ventajas competitivas. Este estímulo también se genera a nivel interno cuando la estructura de la propia empresa genera competitividad como una forma de aumentar el rendimiento y la productividad.

4) Sectores afines y auxiliares:

Este elemento es de carácter interno y se parecía mejor en los países que en las empresas. Se refiere a la alta competitividad que existe entre ciertos sectores de la economía, algo que a posteriori eleva los estándares de la oferta y beneficia al país frente a otros que intentan competir con él en el mercado internacional. En el caso de las empresas, se puede entender como la competitividad que puede existir entre sus miembros por alcanzar ciertos márgenes de producción; en últimas, es la empresa la que se beneficia de esta circunstancia.

Además de estos cuatro factores, que son los que conforman el Diamante de Porter, el autor de este esquema definió otros dos elementos que, si bien no influyen de forma directa en la creación de una ventaja competitiva, sí que tienen un rol que merece ser valorado y analizado. Esos factores adicionales son:

5) El Gobierno (la dirección):

El modelo de gestión de los recursos importa cuando se trata de generar una ventaja competitiva. En el caso de los países, este papel lo asume el Gobierno; en el de las empresas, la dirección, que es la que puede decidir hasta qué punto apoya elementos como la innovación o la investigación.

6) El azar:

Al hablar de competitividad, Porter también atribuye importancia al azar. En concreto, habla de los eventos imprevistos capaces de generar discontinuidades y que pueden, por ejemplo, anular ventajas competitivas de nuestros rivales en un mercado y relanzar las nuestras, o viceversa. Aunque es un factor que no está reflejado en el diamante, genera efectos súbitos y asimétricos.

- **Cadena de Valor:**

Cuando te imaginas una cadena, piensas en eslabones, en pequeñas piezas que de forma unida van creando algo mucho más grande y más fuerte. Si esta imagen la aplicamos al sector turístico, entonces estamos creando una Cadena de Valor con enfoque en Turismo. De este modo, "La cadena de valor del turismo es una forma de organización del sector turístico que integra a los proveedores de todos los productos y servicios que forman parte de la experiencia del turista, desde la planificación de su viaje, la permanencia en el destino turístico, hasta el regreso a su lugar de residencia.

El objetivo de crear una cadena de valor es alcanzar una redistribución más equitativa de los ingresos y beneficios, mejorando las condiciones de acceso al mercado, y ofreciendo un mayor poder de negociación a los actores turísticos con menos recursos.

La cadena de valor empresarial, o cadena de valor, es un modelo teórico que permite describir el desarrollo de las actividades de una organización empresarial generando valor al cliente final, descrito y popularizado por Michael Porter en su obra Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance (1985).



Ilustración 7 Cadena de Valor

A continuación se presenta la Cadena de Valor para el Turismo:

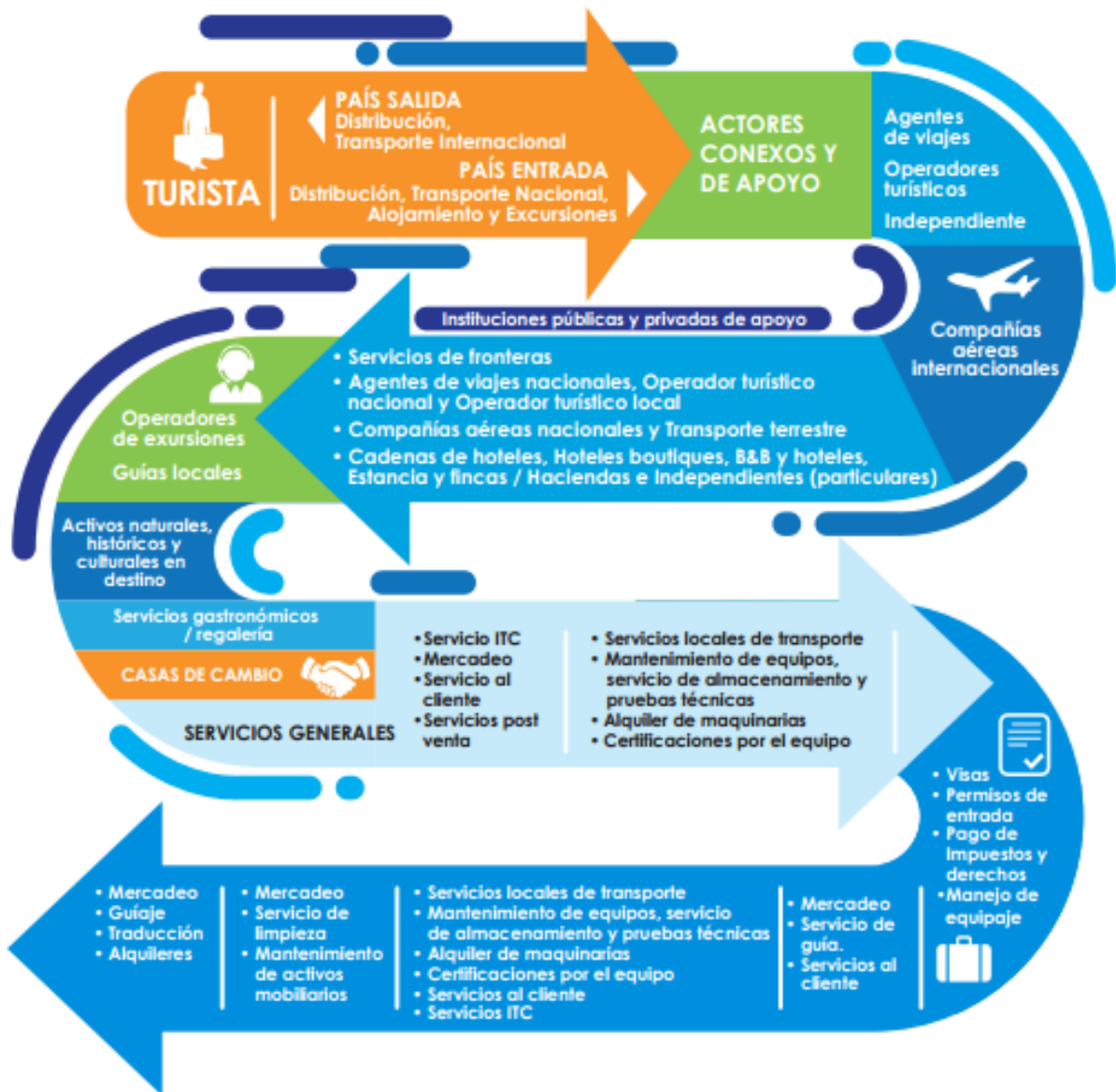


Ilustración 8 Cadena de Valor Turística

• **Actividades Primarias**

Hay cinco categorías genéricas de actividades primarias relacionadas con la competencia en cualquier industria. Cada categoría es divisible en varias actividades distintas que dependen del sector industrial en particular y de la estrategia de la empresa.

1) Logística de Entrada

Recepción, almacenamiento y discriminación de insumos, manejo y ahorro de materiales, almacenamiento, control de inventarios, programación de vehículos y devoluciones a los proveedores.

2) Operaciones

Transformación de insumos en productos, maquinado empaque, ensamblaje, mantenimiento del equipo, pruebas y operaciones de instalación.

3) Logística de Salida

Recopilación, almacenamiento y distribución física del producto a los compradores, almacenamiento de producto terminado, operaciones de vehículos, procesamiento de pedidos y programación.

4) Mercadeo y Ventas

Actividades asociadas con proporcionar un medio por el cual los compradores puedan comprar el producto e inducirlo a hacerlo, como publicidad, promoción, fuerza de ventas, cuotas, selecciones de canal, relaciones del canal y precio.

5) Servicio

Actividades asociadas con prestación de servicios para realzar o mantener el valor del producto, como la instalación, reparación, entrenamiento, repuestos y ajustes del producto.

• Actividades de Apoyo

Para que las llamadas actividades primarias puedan desarrollarse de forma efectiva es necesario que se realicen una serie de tareas consideradas de apoyo. Entre estas se destacan las siguientes.

En infraestructura de la empresa se incluyen todas las actividades, normalmente agrupadas. Estas son:

- 1) La de dirección o management, que llevan a cabo la formulación de estrategias, la planificación y el control; los procesos administrativos; los de gestión global de la calidad; de organización, dirección, información y la de finanzas (que según Porter debe ser incluida dentro de las actividades de infraestructura).
- 2) En administración de recursos humanos, las actividades de reclutamiento, formación, desarrollo de competencias, sistemas de incentivos, participación, promoción, fomento del clima organizacional, etc.

En desarrollo de la tecnología se enmarcan las actividades encaminadas a la adquisición y posterior explotación de la tecnología, sobre la que la empresa diseñará su estrategia.

En las actividades de aprovisionamiento se hace referencia a todas las funciones necesarias para realizar la adquisición de todos los factores requeridos para desarrollar el proceso productivo, ya sean componentes del producto o elementos auxiliares.

Las actividades de la cadena de valor están interrelacionadas y se les llama eslabones a las relaciones existentes entre el modo de llevar a cabo una actividad y su costo y el desempeño y costo de otra actividad. Esto implica la repercusión de una actividad y su costo sobre las demás actividades que con ella se relacionan. El conocimiento de estos eslabones es importante ya que permiten conocer el tipo de influencia de una actividad sobre otras. Estos eslabones reflejan además la necesidad de coordinar las actividades para lograr un mejor funcionamiento de las actividades de la cadena de valor, lo que se traduce en una fuente de ventaja competitiva.

Una vez analizada la cadena de valor de la empresa, se debe optar por una estrategia que permita el cumplimiento de la misión de la misma teniendo en cuenta, además, la evolución del entorno. El método de la cadena de valor constituye una útil herramienta para el análisis individual de una empresa pues despliega el valor total de las actividades por medio de las cuales una empresa crea un producto valioso para sus clientes, determinando un margen que es la diferencia entre el valor total y el costo colectivo de desempeñar las actividades de valor. Las empresas deben su estrategia desde la perspectiva de cómo están creando un margen competitivo en su cadena de valor.

- **Las Cinco Fuerzas de Porter:**

Las Cinco Fuerzas de Porter componen un modelo holístico que permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad. También llamado “Modelo de Competitividad Ampliada de Porter”, ya que explica mejor de qué se trata el modelo y para qué sirve, constituye una herramienta de gestión que permite realizar un análisis externo de una empresa a través del análisis de la industria o sector a la que pertenece.

Propuesto por Michael Porter en 1979, este modelo perfila un esquema simple y práctico para poder formular un análisis de cada sector industrial.

A partir del mismo la empresa puede determinar su posición actual para seleccionar las estrategias a seguir. Según este enfoque sería ideal competir en un mercado atractivo, con altas barreras de entrada, proveedores débiles, clientes atomizados, pocos competidores y sin sustitutos importantes.

El modelo de Porter postula que hay cinco fuerzas que conforman básicamente la estructura de la industria. Estas cinco fuerzas delimitan precios, costos y requerimientos de inversión, que constituyen los factores básicos que explican la expectativa de rentabilidad a largo plazo, por lo tanto, el atractivo de la industria.

De su análisis se deduce que la rivalidad entre los competidores viene dada por cuatro elementos o fuerzas que, combinadas, la crean a ella como una quinta fuerza, donde se presenta por medio de la siguiente imagen las 5 fuerzas de Porter donde se ve:

- El poder de negociación de los proveedores.
- El poder de negociación de los clientes.
- Las amenaza de entrada de nuevos competidores.

- Amenaza de posibles productos sustitutos.
- La rivalidad entre competidores existentes.

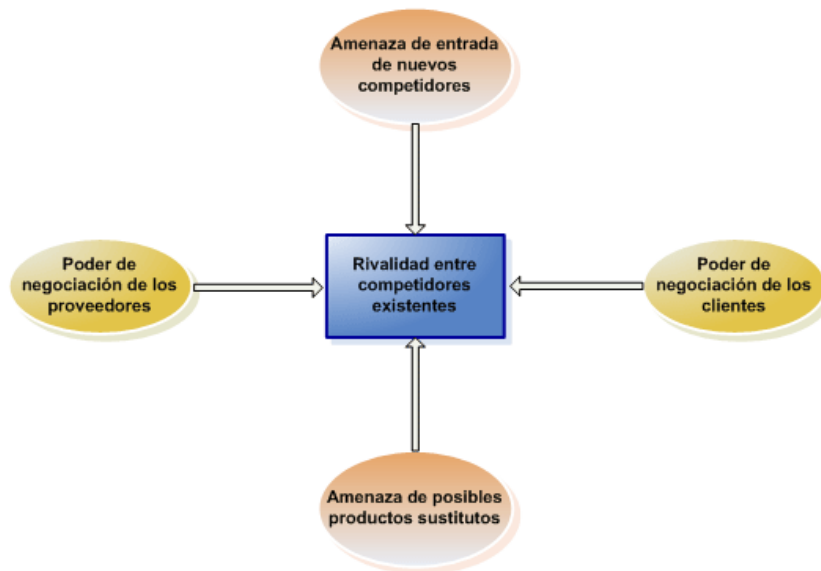


Ilustración 9 Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter

Para emprender un Análisis del Modelo de las Cinco Fuerzas de Porter es preciso primero tener en cuenta que “existen dos dimensiones del entorno empresarial: el macro ambiente, el cual comprende las fuerzas que a nivel macro tienen y/o pueden tener implicaciones en el comportamiento del sector y de la empresa en particular (fuerzas de carácter económico, político, cultural, social, jurídico, ecológico, demográfico y tecnológico); y el sector (conjunto de empresas que producen los mismos tipos de bienes o servicios), cuyo análisis se relaciona con el comportamiento estructural, estudiando las fuerzas que determinan la competitividad en el sector”, (Baena et al., 2003).

El análisis del sector abarca el entorno más cercano a la empresa, permitiendo obtener criterios decisivos para la formulación de las estrategias competitivas que plantean el posicionamiento de la misma.

Es preciso conocer también los principales elementos del mercado que sirven de base a las cinco fuerzas que intervienen en un sector industrial:

1. **Competidores Directos:** Aquellas empresas que ofrecen el mismo bien o producto. Ejemplo: Mercedes Benz y BMW.
2. **Clientes:** Conjunto formado por los compradores de los bienes y servicios.
3. **Proveedores:** Conjunto de empresas que suministran a las empresas productoras del sector todo lo necesario para que produzcan u ofrezcan sus servicios.
4. **Productos Sustitutivos:** Aquellos que pueden aparecer y cubrir las mismas necesidades que satisfacen los productos que actualmente existen en el mercado. Ejemplos: el pan y la galleta; la mayonesa y la mantequilla.

5. Competidores Potenciales: Aquellas empresas con capacidad de entrar a competir con las pertenecientes a un sector determinado.

A continuación se desglosan cada una de las Cinco Fuerzas de Porter:

1) Poder de negociación de los Compradores o Clientes

Si los clientes son pocos, están muy bien organizados y se ponen de acuerdo en cuanto a los precios que están dispuestos a pagar se genera una amenaza para la empresa, ya que estos adquirirán la posibilidad de plantarse en un precio que les parezca oportuno pero que generalmente será menor al que la empresa estaría dispuesta a aceptar. Además, si existen muchos proveedores, los clientes aumentarán su capacidad de negociación ya que tienen más posibilidad de cambiar de proveedor de mayor y mejor calidad, por esto las cosas cambian para las empresas que les dan el poder de negociación a sus clientes.

2) Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores

El “poder de negociación” se refiere a una amenaza impuesta sobre la industria por parte de los proveedores, a causa del poder que estos disponen ya sea por su grado de concentración, por las características de los insumos que proveen, por el impacto de estos insumos en el costo de la industria, etc. La capacidad de negociar con los proveedores, se considera generalmente alta por ejemplo en cadenas de supermercados, que pueden optar por una gran cantidad de proveedores, en su mayoría indiferenciados.

Algunos factores asociados a la segunda fuerza son:

- Cantidad de proveedores en la industria.
- Poder de decisión en el precio por parte del proveedor.
- Nivel de organización de los proveedores

3) Amenaza de nuevos competidores entrantes

Este punto se refiere a las barreras de entrada de nuevos productos/competidores. Cuanto más fácil sea entrar, mayor será la amenaza. O sea, que si se trata de montar un pequeño negocio será muy fácil la entrada de nuevos competidores al mercado.

Porter identificó siete barreras de entradas que podrían usarse para crearle a la organización una ventaja competitiva:

- Economías de escala
- Diferenciación del producto
- Inversiones de capital
- Desventaja en costes independientemente de la escala
- Acceso a los canales de distribución
- Política gubernamental

4) Barreras a la entrada.

5) Amenaza de productos sustitutos

Como en el caso citado en la primera fuerza, las patentes farmacéuticas o tecnológicas muy difíciles de copiar, permiten fijar los precios en solitario y suponen normalmente alta rentabilidad. Por otro lado, mercados en los que existen muchos productos iguales o similares, suponen por lo general baja rentabilidad. Podemos citar, los siguientes factores:

- Propensión del comprador a sustituir.
- Precios relativos de los productos sustitutos.
- Coste o facilidad del comprador.
- Nivel percibido de diferenciación de producto o servicio.
- Disponibilidad de sustitutos cercanos.
- Suficientes proveedores.

6) Rivalidad entre los competidores

Más que una fuerza, la rivalidad entre los competidores viene a ser el resultado de las cuatro anteriores. La rivalidad define la rentabilidad de un sector: cuantos menos competidores se encuentren en un sector, normalmente será más rentable y viceversa.

Porter identificó las siguientes barreras que podrían usarse:

- Gran número de competidores
- Costos Fijos
- Falta de Diferenciación
- Competidores diversos
- Barreras de salidas.

El modelo no toma en cuenta al gobierno, ya que como se puede observar en las cinco fuerzas, los actores que se tienen en cuenta principalmente son los clientes (público), proveedores y competidores.

- El gobierno puede regular las alzas de precios en la mayoría de casos.
- El modelo está planteado para el análisis de estrategias de negocios individuales, no para portafolios de negocios de grandes corporaciones.
- No tiene en cuenta que una industria sea más atractiva por las empresas que la componen.
- No plantea una flexibilidad y agilidad en el cambio radical de estrategias en los mercados.
- No se plantea la posibilidad de apertura de nuevos mercados que puedan sustituir a los existentes.

- No recoge cambios ni tendencias de futuro.
- Da excesiva importancia a la estructura de la industria para explicar la rentabilidad de las empresas.

Ahora que hemos hablado de los Modelos de Competitividad se debe recordar que los Planes de Desarrollo Turístico buscan también ser Sostenibles ese es la tendencia en la actualidad.

6. TURISMO SOSTENIBLE

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el Turismo Sostenible es aquél que conduce a la gestión de todos los recursos de tal forma que permita satisfacer todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, mantener la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que apoyan la vida.

a. CARACTERÍSTICAS DEL TURISMO SOSTENIBLE

Las directrices para el Desarrollo Sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible deben aplicarse a todas las formas y a todos tipos de destinos. Es fundamental garantizar la sostenibilidad económica, social y medioambiental del turismo, tanto para contribuir a dicho desarrollo, como para la viabilidad y competitividad de este sector. Los retos que afronta el Turismo Sostenible están relacionados con:

- **Modelos de consumo**, atendiendo especialmente a la estacionalidad y al tipo de turismo.
- **Modelos productivos**, teniendo en cuenta la oferta y los destinos turísticos.

El principal objetivo del Turismo Sostenible es compatibilizar la industria turística y la protección del medio ambiente. La OMT plantea el concepto de Desarrollo Sostenible del turismo, en base a los siguientes puntos:

- **Dar un uso óptimo a los recursos ambientales**, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- **Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas**, conservar sus activos culturales vivos y sus valores tradicionales, así como contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural.
- **Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo**, que reporten a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos suficientes bien distribuidos.

Además, este modelo de turismo debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas acordes con ese principio.

b. EL BINOMIO TURISMO MEDIO AMBIENTE

Es necesario conjugar aspectos conservacionistas y turísticos que permitan un planteamiento ordenado y respetuoso de la naturaleza. El Turismo Sostenible puede convertirse en una garantía de conservación.

Las relaciones entre turismo y medio ambiente son variadas, el turismo de bajo impacto puede contribuir eficazmente a mejorar las relaciones entre uno y otro, logrando que el desarrollo turístico y la protección del medio ambiente sean actividades complementarias. Algunos de los principales conflictos ambientales del turismo tienen que ver con:

- La Energía
- El Agua
- Los Desechos
- Los Incendios
- El Ruido
- La Degradación Paisajística

A partir del Turismo Sostenible se pretende:

- Entender el significado de las contribuciones que el turismo hace al medio ambiente para así mejorar la calidad de vida de la comunidad.
- Proteger el medio ambiente, ya que es la base de los recursos naturales y culturales. La protección ambiental resultará esencial para el éxito a largo plazo del turismo.
- Mantener un producto turístico competitivo que no afecte al medio natural y cultural del destino.

c. TURISMO Y EDUCACIÓN AMBIENTAL

La Educación Ambiental es considerada como una de las principales claves para que el Desarrollo Sostenible sea posible, a partir de un cambio de conciencia; es un elemento muy importante en la actividad turística, El Turismo Sostenible pretende promover actividades turísticas responsables, su base debe ser la educación para el compromiso.

La Educación Ambiental debe enfocarse hacia:

- Información a los visitantes.

En la actualidad los modelos turísticos han empezado a cambiar. Los turistas demandan servicios y productos responsables ambientalmente, desean aprender de los destinos que visitan.

Al mismo tiempo, la Educación Ambiental puede conseguir una mejor comprensión de las problemáticas y concienciar. Debe crear el potencial para proveer al turista de conocimiento ambiental y facilitar cambios de su actitud y conducta.

Podría hablarse de Educación Ambiental como aquella que prepara para la acción, facilitando un mejor conocimiento de los procesos ecológicos, económicos, sociales y culturales. Debe fomentar el cambio social a partir del desarrollo de valores, actitudes y

habilidades para asumir una responsabilidad ambiental, siendo así una herramienta para mejorar las relaciones de los seres humanos con su medio, y por lo tanto, para incidir en la prevención y resolución de problemas ambientales. Una sociedad educada en la sostenibilidad es de suponer que actuará para tal fin.

Por consiguiente, en la vertiente formal como en la no formal, la Educación Ambiental se encuentra en permanente búsqueda de herramientas para llevar a cabo su objetivo general que es educar en el enfoque ambiental, favoreciendo una conciencia en cualquier ámbito humano, para generar preocupación que se transforme en compromiso con el fin de hacer algo por el medio ambiente, tanto individual como colectivamente, en cualquier escala.

d. COMO IMPLEMENTAR EL TURISMO SOSTENIBLE

Hacer del turismo sostenible una realidad, conlleva la adopción de “buenas prácticas”, que son aquellas medidas de corrección o mejoramiento que se implementan en todas y cada una de las áreas de gestión operación de las empresas turísticas. Estas acciones tienen como meta garantizar que se está produciendo el menor impacto posible, que se mejora la calidad del producto turístico, así como su imagen frente al turista.

Para impulsar un desarrollo turístico basado en los principios de sustentabilidad, es decir, de permanencia y estabilidad a lo largo del tiempo, es preciso aclarar los conceptos que ayudan a su aplicación real. Estos conceptos son:

- La capacidad de carga turística;
- La calidad turística y;
- Los impactos esperados o generados.

Explicaremos a continuación el significado de cada uno:

- **La capacidad de carga turística**

La capacidad de carga es el límite de uso de un lugar de interés turístico, el punto hasta donde es posible controlar los efectos negativos producidos por la presión de visitantes.

Consiste en saber qué cantidad de turistas que puede absorber un lugar turístico para que no se vea masificado y pierda su atractivo, por ejemplo, un lago lleno de embarcaciones de paseos o deportivo no es un paisaje seductor, o unas zonas arqueológicas abarrotadas de visitantes pierden todo su encanto e interés, impidiendo apreciar su verdadero valor.

Ahora bien, determinar dicho límite de visitantes no es fácil, puesto que ello implica controlar y restringir dicha presión, sin embargo, una autoridad municipal alerta y preocupada por sus recursos turísticos, es capaz de detectar el riesgo de sobrecarga de un sitio y actuar con previsión evitando llegar a ese nivel.

Para conocer el límite de riesgo sobre el cual los efectos son dañinos en el patrimonio, hay que tener en cuenta las siguientes señales de alerta:

- **Físico:** un claro límite de riesgo es cuando se empieza a producir un proceso acelerado de deterioro de las instalaciones o del lugar, a un ritmo superior a su normal mantenimiento.

- **Biológico:** corresponde a una sobreexplotación del recurso natural, por encima de los límites que impiden su regeneración.
- **Socio – cultural:** el riesgo se produce cuando la presión turística es capaz de alterar los valores culturales y hábitos tradicionales de la población local.
- **Psicológico:** un nivel indeseable se alcanza cuando los visitantes se sienten incómodos insatisfechos por una excesiva concentración de público, o por un espacio mal dimensionado.

La calidad del Espacio Turístico

El término calidad es muy amplio y puede ser aplicado a:

- El entorno en el que se desarrolla la actividad turística;
- Los servicios de alojamiento, de comida, transportes, etc.;
- Los profesionales dedicados a atender a los visitantes;
- Las condiciones de vida de la población local;
- Y en conjunto la oferta turística.

La calidad responde, al objetivo de obtener la mejor consideración del cliente o turista, sobre el lugar, sus servicios y su gente; calidad debe existir en todos los precios y niveles, ya que depende básicamente de la satisfacción del cliente, cuando esto se produce hablamos de una adecuada relación calidad - precio.

La calidad se resiente cuando algo falla, pues el turista ya no se sentirá completamente satisfecho. Por eso, es necesario controlar que los recursos turísticos estén conservados, que los servicios sean correctos y el precio el justo.

Los impactos esperados

- Distribución más equitativa de los beneficios económicos, por eso la participación de la población local (micro - empresas, capacitación laboral, etc.), son condiciones básicas para lograr la justicia social que predica.
- Es garantía para la protección de los recursos naturales y para su conservación a largo plazo.
- Se basa en la calidad del destino turístico, que asegura un mayor nivel educativo y un mayor poder adquisitivo de los visitantes.
- Contribuye a diversificar la economía turística, puesto que destaca los atractivos culturales y sociales, ampliando la oferta turística de un lugar (cultura, deportes, aventura, arqueología, etc.);
- Integra a la población local, como parte activa y creativa de dicha economía turística, a través de sus iniciativas particulares (hoteles, fondas, transportes, visitas y excursiones guiadas, artesanía).
- Genera divisas porque atrae a más turistas, lo cual incide igualmente en la inyección de capital y fondos a la economía local.

- Constituye el futuro del turismo, pues cada vez más la gente busca el contacto con la naturaleza, el patrimonio bien conservado, el retorno a las tradiciones y la vida sana.
- Disminuye el consumo energético e impulsa el uso de tecnologías no contaminantes.
- Aprovecha espacio tradicionalmente marginado o de escaso interés turístico, como zonas rurales o agrícolas, y grandes extensiones naturales de bosques, entre otros.
- Desarrolla oportunidades de progreso para levantar o dar impulso a la economía de lugares deprimidos, con graves problemas de actividades económicas.
- Impulsa el acondicionamiento de las infraestructuras y equipamiento básico, como carreteras, alcantarillado, tratamiento de basuras, centros de capacitación, etc., en beneficio de la población local.
- Revalora el talento local de la comunidad, que ve apreciada y valorada su herencia cultural y su patrimonio histórico.
- Eleva los niveles de capacitación de la población local, como condición indispensable para el soporte de la actividad.
- Estrecha los lazos interinstitucionales, es un componente fundamental del éxito, es la capacidad de coordinación entre las diferentes instancias públicas, y de éstas respecto al sector privado.

7. ETAPAS PARA REALIZAR UN PLAN DE DESARROLLO TURISTICO

Se identifican 8 etapas cuyos contenidos y fases, se describen a continuación, estas etapas están tomadas de la Guía Metodológica para la elaboración de Plan de Desarrollo Turístico.

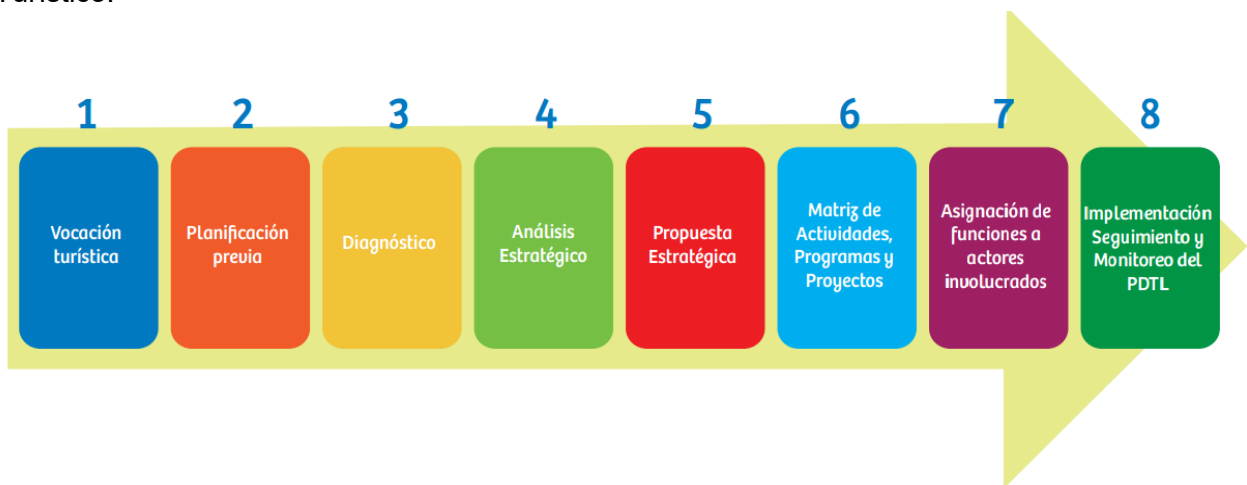


Ilustración 10 Etapas del PDT

Teniendo cada una de las etapas mencionadas anteriormente se procede a realizar el desglose de cómo está compuesta cada una de las etapas:

a. VOCACIÓN TURÍSTICA

- Hacer visitas de campo en el área a desarrollar.
- Delimitar el ámbito geográfico.
- Identificar a los actores (a quienes va dirigido el Plan de Desarrollo Turístico).
- Identificar preliminarmente las condiciones del mercado turístico.
- Caracterizar la vocación turística del lugar.

b. PLANIFICACIÓN PREVIA

- Recolectar información secundaria sobre turismo en la localidad.
- Recolectar información secundaria sobre aspectos socioeconómicos.
- Hacer visita de campo.

c. DIAGNOSTICO

- Analizar el entorno en general.
- Analizar la demanda turística.
- Analizar la oferta turística.
- Analizar la comercialización y promoción.
- Analizar fuentes de apoyo.

d. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

- Identificar hallazgos destacados del entorno.
- Identificar hallazgos del diagnostico.
- Identificar ventajas.
- Identificar debilidades.
- Identificar oportunidades.
- Identificar amenazas.
- Consolidar el diagnostico.

e. PROPUESTA ESTRATÉGICA

- Definir la visión (si no existiera).
- Definir la misión (si no existiera).
- Definir políticas (si no existiera).
- Definir valores (si no existiera).
- Definir (si no existiera).
- Definir estrategias generales.

f. MATRIZ DE ACTIVIDADES, PROGRAMAS Y PROYECTOS DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL

- Diseñar los programas.

- Diseñar los proyectos.
- Determinar los requerimientos y presupuesto para cada programa o proyecto.
- Determinar su priorización.
- Identificar al gestor responsable.
- Construir la matriz de programas, proyectos, actividades (si llegase hasta este último nivel).
- Construir la matriz con indicadores.

g. ASIGNACIÓN DE FUNCIONES A ACTORES INVOLUCRADOS

- Identificar las funciones de cada uno de los actores.
- Asignar las acciones a desarrollar a cada uno de los actores.

h. IMPLEMENTACIÓN, SEGUIMIENTO Y MONITOREO

- Asignar responsabilidades de implementación del PDT (Plan de Desarrollo Turístico).
- Seguimiento y monitoreo de la actividades, programas, proyectos, asegurar que se incorpore a los planes operativos de cada uno de los actores.
- Retroalimentación de resultados constantes.

*Cabe destacar que en el PDT que se realizara no se incluirá las ultimas 2 etapas de la metodología solo se abordaran las primeras 6.

*Teniendo en consideración que estas no serán abordadas ya el seguimiento y monitoreo del Plan de Desarrollo Turístico no esta dent de los alcances del trabajo de grado que se realizara para la Cooperativa Punta Real de R.L., en el Municipio de Puerto El Triunfo en el Departamento de Usulután.



Ilustración 11 Etapas de la metodología a abordar

B. MARCO CONTEXTUAL

1. TURISMO – ANTECEDENTES

En principio la palabra turismo es atribuida al sajón antiguo Torn (Inglaterra). De los cuales, se desprendían los vocablos Torn-us (lo que da vueltas) y Torn-are (dar vueltas). Raíz que implicaba una partida con regreso, y se utilizó durante el siglo XII en los viajes de descanso que emprendían los campesinos.²⁰ En sajón, los sustantivos de origen del verbo son denominados con el sufijo –er. Lo cual dio origen a Torn-er aquel que se desplazaba para luego volver a su punto de partida. Durante la burguesía el termino er se sustituye por el latín iste y griego isme, para así alcanzar en el siglo XX la denominación de tour-ist (e) y la actividad que de su acción deriva bajo Tour-ism.

En castellano, ambos adquieren la denominación de Turismo y Turista en el mismo siglo; esta es la consideración de la escuela latina.²¹ No obstante, otra corriente (la escuela onomástica – inglesa) considera que el origen del concepto turismo no se encuentra en una raíz lingüística sino que está vinculado a un apellido de la aristocracia francesa – De la Tour. La prueba empírica a esta hipótesis se encuentra cuando Carlos V en 1516 firma un tratado de relaciones con Inglaterra. Al celebrar dicho convenio, el rey le entrega la exclusividad del transporte comercial a una familia aristócrata llamada De la Tour. De esta manera, Neil Leiper sostiene que esta familia organizó los primeros viajes de comerciantes ingleses al continente, hecho que marcó el principio del turismo como actividad orientada al desplazamiento comercial. (Jiménez Guzmán, 1986) (Leiper, 1983). En el estudio etimológico del vocablo existen distintos enfoques del término turismo. Pero hasta el momento, ninguna de las tres ha podido unir sus diferencias y establecer un origen puntual.

Por otro lado el concepto de turismo según la Organización Mundial de Turismo (OMT)

“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico”.

Según la Academia Internacional de Turismo de Mónaco (1955)

Su etimología viene del vocablo ingles TOUR que deriva del francés y significa viaje o excursión circular que a su vez proviene del latín TORNARE Sus raíces son TOUR y TURN ambas derivadas del latín tornus (torno) como sustantivo y tornare (redondear, tornear, en latín vulgar girar).

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales.

²⁰ Enfoque etimológico dado por: Fernández Fuster, 1967.

²¹ Integrantes de la escuela latina que defendían la denominación turismo y turista en lengua latina: (Jiménez guzmán, 1986) (Fernández Fuster, 1978) (boyer, 1982). Pero no todos los investigadores concebían esto, para el máximo exponente de la escuela semítica: arthur houlot (1961), el término turismo deriva de la lengua del arameo antiguo.

Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo.

2. ORIGEN DEL TURISMO A NIVEL MUNDIAL

El turismo como tal, nace en el siglo XIX, como consecuencia de la Revolución Industrial. En sus orígenes cabe destacar que siempre se han realizado viajes; los hombres primitivos viajaban para buscar comida o escapar de peligros.

No se trataba de turismo aunque realizaran viajes porque no eran actos de libre voluntad, sino que se veían obligados a realizarlos por las circunstancias.

El primer turista reconocido, al viajar a través de Grecia fue Herodoto de Halicarnaso, en los años 484 a 420 antes de Cristo. Como evidencia de sus viajes dejó sus libros donde uno de ellos se puede mencionar "Los nueve libros de la Historia".

a. EDAD ANTIGUA

En la Grecia Clásica se daba gran importancia al ocio y el tiempo libre lo dedicaban a la cultura, diversiones, religión y deporte. Los desplazamientos más destacados eran los que se realizaban con motivo de asistir a los Juegos Olímpicos de la Edad Antigua, a las que acudían miles de personas y donde se mezclaban religión y deporte.

Los Juegos Olímpicos se celebraron por primera vez en el año 776 A.C. en las llanuras de la antigua Olimpia, en la parte Oeste del Peloponeso. Desde esa época en adelante se celebraron cada 4 años durante 12 siglos hasta que el emperador Teodosio puso fin a los juegos en el año 393 D.C.

Además de esto existían peregrinaciones religiosas, como las que se dirigían a los oráculos de Delfos y de Dodona, asimismo durante el Imperio Romano los romanos frecuentaban aguas termales (Termas de Caracalla), y al Coliseo Romano.

La Edad Antigua, dura desde el 3500 A.C. Con el surgimiento de la escritura hasta el 476 D.C. Fecha en la que se produce la caída del Imperio Romano de Occidente, para posteriormente dar paso, cronológicamente hablando, a la Edad Media.

b. EDAD MEDIA

En esta época había pequeñas peregrinaciones locales y regionales en las que los creyentes se desplazaban a lugares cercanos, como iglesias y monasterios o a lugares que habían sido visitados por algún santo entre otras peregrinaciones religiosas.

La edad media es el periodo histórico de la civilización occidental comprendido entre el siglo V y el XV. Su comienzo 476 con la caída del Imperio Romano de Occidente y su fin en 1492 con el descubrimiento de América.

c. EDAD MODERNA

Se extiende desde la toma de Constantinopla por los turcos en 1453 hasta la Revolución Francesa en 1789, es un periodo de casi 350 años.

En este periodo continúan las peregrinaciones aparecen los primeros alojamientos con el nombre de Hotel, donde se alojaban a las grandes personalidades que viajaban acompañadas de su séquito. La palabra Hotel es una palabra francesa que designaba los palacios urbanos.

En esta época también se dan las grandes expediciones marítimas de españoles, británicos y portugueses, a finales del siglo XVI surge la costumbre de mandar a los jóvenes aristócratas ingleses a hacer el Grand Tour al finalizar sus estudios era un viaje de una duración entre 3 a 5 años se hacía en diferentes países europeos.

d. EDAD CONTEMPORÁNEA

Es el nombre con el que se designa el periodo histórico comprendido entre la Revolución francesa y la actualidad comprende un total de 222 años entre 1789 y el presente; con la Revolución industrial se consolida la burguesía que disponía de recursos económicos y tiempo libre para viajar. En la edad contemporánea el invento de la máquina de vapor supone una reducción espectacular en los transportes, que hasta el momento eran tirados por animales. También el uso del vapor en la navegación reduce el tiempo de los desplazamientos. Es en esta época donde comienza a surgir el turismo de montaña o salud.

En 1841 Thomas Cook organiza el primer viaje organizado de la historia. Aunque fue un fracaso económico se considera un rotundo éxito en cuanto a precedente del paquete turístico, pues se percató de las enormes posibilidades económicas que podría llegar a tener esta actividad, creando así en 1851 la primera Agencia de Viajes del Mundo “Thomas Cook and Son”.

En 1867 inventa el bono o Boucher, documento que permite la utilización en hoteles de ciertos servicios contratados a través de una agencia de viajes.

Thomas Cook es considerado el padre del Turismo Masivo Modernos y el primer tour operador de la historia.

Henry Wells y William Fargo crearon la agencia de viaje “American Express” que inicialmente se dedicaba al transporte de mercancías y que posteriormente se convierte en una de las agencias más grandes del mundo. Introdujeron sistemas de financiación y emisión de cheques de viajes, como por ejemplo el Travel – Check (dinero personalizado canjeable por papel moneda de uso corriente que protege al viajero de posibles robos o pérdidas).

Cesar Ritz es considerado padre de la hotelería moderna. Desde muy joven ocupó todos los puestos posibles de un hotel hasta llegar a gerente de uno de los mejores hoteles de su tiempo. Mejoró todos los servicios del hotel, introdujo el cuarto de baño en las habitaciones, revolucionó la administración.

Al estallar la Primera Guerra Mundial en el verano de 1914 se considera que había aproximadamente 150.000 turistas americanos en Europa. Tras finalizar la guerra comenzó la fabricación en masas de autocares y automóviles. En esta época las playas y los ríos se convierten en el centro del turismo en Europa, comenzó a adquirir gran importancia el turismo de costa.

Luego en 1929 repercute negativamente en el turismo limitando su desarrollo hasta bien entrado en 1932.

La Segunda Guerra Mundial paraliza absolutamente el turismo en el mundo y sus efectos se extienden hasta el año 1949.

Entre 1950 y 1973 se comienza a hablar del boom turístico. El turismo internacional crece a un ritmo superior de lo que lo había hecho en toda la historia, y esto se debe al nuevo orden internacional.

Asimismo en los años 1970, la crisis energética y la inflación provocan una crisis en el turismo que se prolonga hasta 1978 y en 1975 se crea la OMT.

En la década de 1980, muchos países empiezan a tener al sector turismo como impulsor de economía. La mejora de transportes y búsqueda de nuevos destinos turísticos generan una fuerte competencia entre las agencias.

Para la llegada de la década de los 90 supone una etapa de madurez de la industria; se controla la capacidad receptiva, se mejora la calidad de los servicios, se amplía la oferta y aparecen diferentes tipos de turistas.

3. TURISMO A NIVEL MUNDIAL

Las últimas décadas han registrado una secuencia comparable de crecimiento sólido ininterrumpido del sector turismo desde los años sesenta. 2016 ha sido el séptimo año consecutivo de crecimiento sostenido tras la crisis económica y financiera mundial de 2009. Durante el año pasado, las llegadas de turistas internacionales superaron en 300 millones la cifra récord alcanzada en 2008, antes de la crisis. Los ingresos por turismo internacional han crecido a un ritmo similar en este periodo (los correspondientes al año completo se publicarán en mayo).

«En los últimos años, nuestro sector ha mostrado una fuerza y una resistencia extraordinarias pese a los innumerables retos a los que se ha enfrentado, en particular los relativos a la seguridad. Los viajes internacionales siguen incrementándose y consolidándose y contribuyen a la creación de empleo y el bienestar de las comunidades en todo el mundo»²²

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales.

Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Debido a estos diversos impactos, la amplia gama y variedad de factores de producción requeridos para producir los bienes y servicios adquiridos por los visitantes y al amplio espectro de agentes involucrados o afectados por el turismo, es necesario

²² Secretario General de la OMT, Tale Rifa

adoptar un enfoque global del desarrollo, la gestión y la supervisión del turismo. Este enfoque es muy recomendable con miras a la formulación y puesta en práctica de políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos en materia de turismo.

- **Análisis económico**

El turismo, genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados (y más allá de los mismos), fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse. En el análisis económico del turismo, se debe distinguir entre la ‘contribución económica’ del turismo que se refiere al efecto directo del turismo y que se puede medir mediante la CST, y el ‘impacto económico’ del turismo de, que es un concepto mucho más amplio que encapsula los efectos directos, indirectos e inducidos del turismo y que debe ser estimado mediante la aplicación de modelos.

La finalidad de los estudios de las repercusiones económicas es estimar los beneficios económicos, a saber, el incremento neto de la riqueza de los residentes dimanante del turismo, medido en términos monetarios, en relación con los niveles que prevalecerían en ausencia de esta actividad.

- **Crecimiento del turismo internacional**

“La demanda de turismo internacional siguió siendo fuerte en 2016 pese a las dificultades. Según el último número del Barómetro OMT del Turismo Mundial, las llegadas de turistas internacionales aumentaron un 3,9 % hasta situarse en los 1.235 millones, alrededor de 46 millones de turistas más (visitantes que pernoctan) que el año anterior”.²³

Las últimas décadas han registrado una secuencia comparable de crecimiento sólido ininterrumpido del sector turismo desde los años sesenta. 2016 ha sido el séptimo año consecutivo de crecimiento sostenido tras la crisis económica y financiera mundial de 2009. Durante el año pasado, las llegadas de turistas internacionales superaron en 300 millones la cifra récord alcanzada en 2008, antes de la crisis. Los ingresos por turismo internacional han crecido a un ritmo similar en este periodo (los correspondientes al año completo se publicarán en mayo).

Por regiones, la de Asia y el Pacífico (+8 %) ha liderado el crecimiento de las llegadas de turistas internacionales en 2016, impulsado por una fuerte demanda tanto de los mercados emisores intrarregionales como interregionales. África (+ 8%) ha experimentado un repunte muy significativo tras dos años menos prósperos. En las Américas (+4 %) se ha mantenido el impulso positivo alcanzado con anterioridad. Europa (+2 %) ha arrojado resultados desiguales, con incrementos de dos dígitos en algunos destinos y caídas en otros. La demanda en Oriente Medio (-4 %) ha registrado incrementos en algunos destinos y desplomes en otros, por lo que también ha resultado irregular.

El secretario general de la OMT, recordando que Naciones Unidas ha declarado 2017 como el Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo, sostiene que debemos trabajar juntos para aprovechar al máximo la contribución del turismo al crecimiento económico, la inclusión social, la conservación del medio ambiente y el

²³ Según la OMT

patrimonio cultural y el entendimiento mutuo, sobre todo ahora que vivimos tiempos en los que el respeto y la tolerancia escasean.

- **Los expertos se muestran optimistas con respecto a 2017**

La última encuesta del Grupo de Expertos de la OMT muestra una firme confianza en 2017, puesto que una amplia mayoría de los alrededor de 300 encuestados (63 %) dicen esperar resultados «mejores» o «mucho mejores» que en 2016. La puntuación que el Grupo de Expertos ha asignado a 2017 es prácticamente la misma que obtuvo 2016, así que se espera que el crecimiento se mantenga a un ritmo similar.

Basándose en las tendencias actuales, en las previsiones del Grupo de Expertos de la OMT y en las perspectivas económicas globales, la Organización estima que las llegadas de turistas internacionales en todo el mundo aumenten entre un 3 % y un 4 % en 2017. En Europa se prevé un crecimiento de entre el 2 % y el 3 %; tanto en Asia y el Pacífico como en África, de entre el 5 % y el 6 %; en las Américas de entre el 4 % y el 5 % y en Oriente Medio de entre el 2 % y el 5 %, debido a la mayor inestabilidad de la región.

- **Resultados Regionales de Turismo en 2016**

Los resultados en Europa han sido bastante desiguales, dado que ha habido una serie de destinos que se han visto afectados por cuestiones de seguridad. En 2016, las llegadas internacionales se situaron en los 620 millones, es decir, 12 millones más (+2 %) que en 2015. Europa del Norte (+6 %) y Europa Central (+4 %) registraron resultados sólidos, mientras que en Europa Meridional y Mediterránea las llegadas solo aumentaron un 1 % y en Europa Occidental la cifra se ha mantenido.

Asia y el Pacífico (+8 %) se ha situado a la cabeza del crecimiento de las regiones, tanto en términos relativos como absolutos, dado que en 2016 se han registrado 24 millones más de llegadas de turistas internacionales, que han alcanzado los 303 millones en total. Las cuatro subregiones también han experimentado un aumento de las llegadas, que en Oceanía ha sido del 10 %, en Asia Meridional, del 9 % y tanto en Asia del Nordeste como en Asia del Sudeste, del 8 %.

Las llegadas de turistas internacionales en las Américas (+4 %) se han incrementado en 8 millones hasta situarse en los 201, con lo que los buenos resultados de los últimos dos años se han consolidado. El crecimiento en América del Sur y Central (en ambas, del +6 %) fue algo mayor, mientras que en el Caribe y América del Norte se registró un aumento del 4 %.

Los datos disponibles sobre África apuntan a una subida del 8 % en 2016, que suma 4 millones y sitúa las llegadas internacionales en 58 millones tras dos difíciles años. África ²⁴Subsahariana (+11 %) ha encabezado el crecimiento, mientras que el Norte de África (+3 %) ha empezado a recuperarse.

Oriente Medio ha recibido 54 millones de turistas internacionales en 2016. Las llegadas han disminuido en torno a un 4 %, con resultados desiguales en los distintos destinos de la región. Los resultados de África y Oriente Medio deben analizarse con precaución, puesto que se basan en los limitados datos disponibles para estas regiones.

⁵ Según la OMT

- **Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo (2017)**

“Doce meses para celebrar y promover la contribución del sector turístico a construir un mundo mejor: ese es el principal objetivo del Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo que acaba de comenzar”⁵

La Asamblea General de las Naciones Unidas declaró 2017 como Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo, recordando así el potencial del turismo para ayudar a alcanzar la Agenda 2030 del Desarrollo Sostenible, de alcance universal, y sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

El Año Internacional aspira a apoyar un cambio en las políticas, en las prácticas de las empresas y en los comportamientos de los consumidores que favorezca la sostenibilidad del sector turístico para que este pueda contribuir de manera efectiva a los ODS.

El sector turístico, responsable del 7% de las exportaciones mundiales, de uno de cada once puestos de trabajo, y del 10% del PIB mundial, si se gestiona debidamente, puede fomentar el crecimiento económico, la inclusión social y la protección de los bienes culturales y naturales.

El Año Internacional promoverá el papel del turismo en las cinco áreas clave siguientes:

- 1) Crecimiento económico inclusivo y sostenible.
- 2) Inclusión social, empleo y reducción de la pobreza.
- 3) Uso eficiente de los recursos, protección ambiental y lucha contra el cambio climático.
- 4) Valores culturales, diversidad y patrimonio.
- 5) Entendimiento mutuo, paz y seguridad.
- 6) La presentación del Año Internacional tendrá lugar en Madrid el 18 de enero de 2017 con ocasión de la feria española de turismo, FITUR.

4. EL TURISMO Y LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)



Ilustración 12 Objetivos de Desarrollo Sostenible

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) se gestaron en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible, celebrada en Río de Janeiro en 2012. El propósito era crear un conjunto de objetivos mundiales relacionados con los desafíos ambientales, políticos y económicos con que se enfrenta nuestro mundo.

Los ODS sustituyen a los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM), con los que se emprendió en 2000 una iniciativa mundial para abordar la indignidad de la pobreza. Los ODM eran objetivos medibles acordados universalmente para hacer frente a la pobreza extrema y el hambre, prevenir las enfermedades mortales y ampliar la enseñanza primaria a todos los niños, entre otras prioridades del desarrollo.

Durante 15 años los ODM impulsaron el progreso en varias esferas importantes: reducir la pobreza económica, suministrar acceso al agua y el saneamiento tan necesarios, disminuir la mortalidad infantil y mejorar de manera importante la salud materna. También iniciaron un movimiento mundial destinado a la educación primaria universal, inspirando a los países a invertir en sus generaciones futuras. Los ODM lograron enormes avances en la lucha contra el VIH/SIDA y otras enfermedades tratables, como la malaria y la tuberculosis.

El legado y los logros de los ODM nos han brindado lecciones y experiencias valiosas para comenzar a trabajar en pos de los nuevos Objetivos. No obstante, para millones de personas de todo el mundo, la labor no ha concluido. Debemos hacer un último esfuerzo para poner fin al hambre, lograr la plena igualdad de género, mejorar los servicios de salud y hacer que todos los niños sigan cursando estudios después de la enseñanza primaria. Los ODS también son un llamado urgente para que el mundo haga la transición a una senda más sostenible.

Los ODS constituyen un compromiso audaz para finalizar lo que hemos iniciado y abordar los problemas más urgentes a los que hoy se enfrenta el mundo. Los 17 Objetivos están interrelacionados, lo que significa que el éxito de uno afecta el de otros. Responder a la amenaza del cambio climático repercute en la forma en que gestionamos nuestros frágiles recursos naturales.

Lograr la igualdad de género o mejorar la salud ayuda a erradicar la pobreza; y fomentar la paz y sociedades inclusivas reducirá las desigualdades y contribuirá a que prosperen las economías. En suma, es una oportunidad sin igual en beneficio de la vida de las generaciones futuras.

Los ODS coincidieron con otro acuerdo histórico celebrado en 2015, el Acuerdo de París aprobado en la Conferencia sobre el Cambio Climático (COP21). Junto con el Marco de Sendai para la Reducción del Riesgo de Desastres, firmado en el Japón en marzo de 2015, estos acuerdos proveen un conjunto de normas comunes y metas viables para reducir las emisiones de carbono, gestionar los riesgos del cambio climático y los desastres naturales, y reconstruir después de una crisis.

Los ODS son especiales por cuanto abarcan las cuestiones que nos afectan a todos. Reafirman nuestro compromiso internacional de poner fin a la pobreza de forma permanente en todas partes. Son ambiciosos, pues su meta es que nadie quede atrás. Lo que es más importante, nos invitan a todos a crear un planeta más sostenible, seguro y próspero para la humanidad.

a. DATOS CLAVE DE LOS ODS

- Más de 1.000 millones de personas han salido de la pobreza extrema (desde 1990).
- La mortalidad infantil se ha reducido en más de la mitad (desde 1990).
- El número de niños que no asisten a la escuela ha disminuido en más de la mitad (desde 1990).
- Las infecciones por el VIH/SIDA se han reducido en casi el 40% (desde 2000).

El 25 de septiembre de 2015, los líderes mundiales adoptaron un conjunto de objetivos globales para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible. Cada objetivo tiene metas específicas que deben alcanzarse en los próximos 15 años.

Para alcanzar estas metas, todo el mundo tiene que hacer su parte: los gobiernos, el sector privado, la sociedad civil y personas como usted.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), también conocidos como Objetivos Mundiales, son un llamado universal a la adopción de medidas para poner fin a la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas gocen de paz y prosperidad.

Estos 17 Objetivos se basan en los logros de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, aunque incluyen nuevas esferas como el cambio climático, la desigualdad económica, la innovación, el consumo sostenible y la paz y la justicia, entre otras prioridades. Los Objetivos están interrelacionados, con frecuencia la clave del éxito de uno involucrará las cuestiones más frecuentemente vinculadas con otro.

Los ODS conllevan un espíritu de colaboración y pragmatismo para elegir las mejores opciones con el fin de mejorar la vida, de manera sostenible, para las generaciones futuras. Proporcionan orientaciones y metas claras para su adopción por todos los países en conformidad con sus propias prioridades y los desafíos ambientales del mundo en general.

Los ODS son una agenda inclusiva. Abordan las causas fundamentales de la pobreza y nos unen para lograr un cambio positivo en beneficio de las personas y el planeta.

b. LOS 17 OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

Objetivo 1: Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.

Objetivo 2: Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.

Objetivo 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar en todas las edades.

Objetivo 4: Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.

Objetivo 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.

Objetivo 6: Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos.

Objetivo 7: Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos.

Objetivo 8: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenido, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.

Objetivo 9: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.

Objetivo 10: Reducir la desigualdad en y entre los países.

Objetivo 11: Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.

Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

Objetivo 13: Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.

Objetivo 14: Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible.

Objetivo 15: Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar los bosques de forma sostenible, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y poner freno a la pérdida de la diversidad biológica.

Objetivo 16: Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.

Objetivo 17: Fortalecer los medios de ejecución y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.

(Ver anexos 1. Información completa de los ODS)²⁵.



Ilustración 13 Turismo Sostenible

²⁵ Información sobre cada objetivos, datos estadísticos y metas de cada uno

c. EL TURISMO SOSTENIBLE Y LOS ODS

El turismo sostenible, cuyos aspectos relacionados con el comercio están abarcados por el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS) de la OMC, desempeña un papel importante en los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Por ejemplo, en el “Objetivo 8” se hace un llamamiento en favor de políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales, mientras que en el “Objetivo 12”, relativo a las modalidades de consumo y producción sostenibles, se subraya la importancia de elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible.

Por su parte, el “Objetivo 14” consiste en aumentar los beneficios económicos que los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países menos adelantados obtienen del uso sostenible de los recursos marinos, en particular mediante la gestión sostenible de la pesca, la acuicultura y el turismo.

De acuerdo a la OMT, el turismo puede contribuir, directa o indirectamente, a todos estos objetivos. Concretamente el turismo aparece en las metas de los objetivos 8, 12 y 14, que están respectivamente relacionados con el desarrollo económico inclusivo y sostenible, el consumo y la producción sostenible y el uso sostenible de los océanos y los recursos marinos.

El turismo está firmemente posicionado en la agenda para el desarrollo post 2015. Para cumplir esta agenda, sin embargo, es necesario un marco de implementación claro, con financiación adecuada e inversión en tecnología, infraestructura y recursos humanos.

“El aprovechamiento de los beneficios que reporta el turismo será fundamental para lograr los objetivos de desarrollo sostenible y hacer realidad la agenda para el desarrollo después de 2015”²⁶.

El 10 de enero de 2017 La Organización Mundial del Turismo (OMT) llamó a fortalecer ese sector económico para impulsar el desarrollo sostenible y alcanzar un futuro mejor para todos.

La OMT señaló que el turismo se ha convertido en uno de los rubros socioeconómicos más importantes y con mayor repercusión del mundo de hoy y destacó su importancia en la vida de millones de personas en todo el mundo, así como en la conservación de los valores de la Humanidad y la promoción del entendimiento entre personas de toda clase y condición.

d. ESTADÍSTICAS DE LAS AMÉRICAS RESPECTO AL TURISMO SEGÚN LA OMT

A continuación se presenta la tabla que contiene la información sobre las estadísticas de las Américas respecto al turismo según el Organismo Mundial de Turismo dichas estadísticas son las más recientes con las que se cuentan de momento.

²⁶ Secretario General de la Naciones Unidas, Van Ki-Moon, en el Día Mundial del Turismo de 2014

Destinos	Serie	Llegadas de turistas internacionales								Ingresos por turismo internacional				
		(1000)				Variación (%)			Cuota (%)	(millones \$EEUU)				Cuota (%)
		2010	2013	2014	2015*	13/12	14/13	15*/14	2015*	2010	2013	2014	2015*	2015*
Américas		150.195	167.560	181.851	192.564	3,0	8,5	5,9	100	215.186	269.044	288.008	303.650	100
América del Norte		99.520	110.205	120.904	127.574	3,6	9,7	5,5	66,3	164.831	209.089	224.978	238.485	78,5
Canadá	TF	16.219	16.059	16.537	17.970	-1,7	3,0	8,7	9,3	15.829	17.656	17.445	16.229	5,3
Estados Unidos	TF	60.010	69.995	75.022	77.510	5,0	7,2	3,3	40,3	137.010	177.484	191.325	204.523	67,4
México	TF	23.290	24.151	29.346	32.093	3,2	21,5	9,4	16,7	11.992	13.949	16.208	17.734	5,8
El Caribe		19.539	21.111	22.282	23.941	2,7	5,5	7,4	12,4	22.809	25.349	26.701	28.100	9,3
Anguila	TF	62	69	71	73	6,8	2,7	3,2	0,0	99	121	123	127	0,0
Antigua y Barbuda	TF	230	243	249	250	-1,5	2,5	0,5	0,1	298	322	330	333	0,1
Aruba	TF	825	979	1.072	1.225	8,3	9,5	14,3	0,6	1.251	1.495	1.605	1.652	0,5
Bahamas	TF	1.370	1.366	1.427	1.472	-4,0	4,5	3,1	0,8	2.163	2.285	2.308	2.379	0,8
Barbados	TF	532	509	520	592	-5,2	2,2	13,9	0,3	1.038	964	888	922	0,3
Bermudas	TF	232	236	224	220	1,8	-5,1	-2,0	0,1	442	440	401	386	0,1
Cuba	TF	2.507	2.829	2.970	3.491	0,5	5,0	17,5	1,8	2.187	2.325	2.367
Curaçao	TF	342	441	455	468	4,7	3,1	3,1	0,2	385	583	635	609	0,2
Dominica	TF	77	78	82	74	-0,9	4,1	-8,6	0,0	94	103	127	128	0,0
Granada	TF	110	116	134	141	0,2	14,7	5,4	0,1	112	119	128	137	0,0
Guadalupe	TCE	392	487	486	..	49,8	-0,2	510	671
Haití	TF	255	420	465	516	20,2	10,8	10,9	0,3	383	546	578	609	0,2
Islas Caimán	TF	288	345	383	385	7,4	10,8	0,7	0,2	485	500	565
Islas Turcas y Caicos	TF	281	291	357	386	-0,4	22,9	8,1	0,2
Isl. Virg. Británicas	TF	330	366	386	393	4,2	5,4	1,8	0,2	389	421	459	484	0,2
Isl. Vírgenes de EE.UU.	TF	590	570	602	..	-1,8	5,6	1.013	1.232
Jamaica	TF	1.922	2.008	2.080	2.123	1,1	3,6	2,1	1,1	2.001	2.074	2.255	2.379	0,8
Martinica	TF	476	490	490	487	0,5	0,0	-0,4	0,3	472	484	483
Montserrat	TF	6	7	9	9	-1,5	22,2	1,6	0,0	6	6	6	6	0,0
Puerto Rico	TF	3.186	3.172	3.246	3.542	3,4	2,3	9,1	1,8	3.211	3.311	3.439	3.825	1,3
Rep. Dominicana	TF	4.125	4.690	5.141	5.600	2,8	9,6	8,9	2,9	4.163	5.064	5.630	6.118	2,0
Saint Kitts y Nevis	TF	98	107	113	118	2,6	5,6	4,4	0,1	90	100	104	109	0,0
San Martín	TF	443	467	500	505	2,2	7,1	1,1	0,3	674	857	906	936	0,3
San Vicente Grd	TF	72	72	71	75	-3,5	-1,4	6,6	0,0	86	97	101	104	0,0
Santa Lucía	TF	306	319	338	345	3,9	6,1	2,0	0,2	309	347	360	373	0,1
Trinidad y Tabago	TF	388	434	413	440	-4,5	-5,0	6,6	0,2	450
América Central		7.908	9.087	9.592	10.276	2,6	5,6	7,1	5,3	6.946	9.899	10.623	11.510	3,8
Belice	TF	242	294	321	341	6,1	9,2	6,2	0,2	249	351	374	408	0,1
Costa Rica	TF	2.100	2.428	2.527	2.660	3,6	4,1	5,3	1,4	2.246	2.928	3.061	3.326	1,1
El Salvador	TF	1.150	1.283	1.345	1.402	2,2	4,9	4,2	0,7	390	621	822	817	0,3
Guatemala	TF	1.219	1.331	1.455	1.464	2,0	9,3	0,6	0,8	1.378	1.481	1.564	1.580	0,5
Honduras	TF	863	863	868	914	-3,5	0,6	5,2	0,5	626	608	630	650	0,2
Nicaragua	TF	1.011	1.229	1.330	1.386	4,2	8,2	4,3	0,7	313	417	445	529	0,2

Tabla 10 Estadísticas de Turismo de las Américas

La OMT tiene estadísticos proyectados del Turismo donde las Américas radican de la siguiente manera sabiendo que El Salvador es parte de esos estadísticos proyectados.



Ilustración 14 Organización Mundial del Turismo

El turismo hacia 2030: Turismo internacional por region de destino												
	Llegadas de turistas internacionales (millones)					Crecimiento medio anual (%)					Cuota (%)	
	Datos registrados			Proyecciones		Datos registrados		Proyecciones			2010	2030
	1980	1995	2010	2020	2030	1980-'95	'95-2010	2010-'30, de los cuales				
								2010-'20	2020-'30	2030-'30		
Mundo	277	528	940	1.360	1.809	4,4	3,9	3,3	3,8	2,9	100	100
Economías avanzadas ¹	194	334	498	643	772	3,7	2,7	2,2	2,6	1,8	53	43
Economías emergentes ¹	83	193	442	717	1.037	5,8	5,7	4,4	4,9	3,8	47	57
Por regiones de la OMT:												
África	7,2	18,9	50,3	85	134	6,7	6,7	5,0	5,4	4,6	5,3	7,4
África del Norte	4,0	7,3	18,7	31	46	4,1	6,5	4,6	5,2	4,0	2,0	2,5
África Occidental y Central	1,0	2,3	6,8	13	22	5,9	7,5	5,9	6,5	5,4	0,7	1,2
África Oriental	1,2	5,0	12,1	22	37	10,1	6,1	5,8	6,2	5,4	1,3	2,1
África Austral	1,0	4,3	12,6	20	29	10,1	7,4	4,3	4,5	4,1	1,3	1,6
Américas	62,3	109,0	149,7	199	248	3,8	2,1	2,6	2,9	2,2	15,9	13,7
América del Norte	48,3	80,7	98,2	120	138	3,5	1,3	1,7	2,0	1,4	10,4	7,6
El Caribe	6,7	14,0	20,1	25	30	5,0	2,4	2,0	2,4	1,7	2,1	1,7
América Central	1,5	2,6	7,9	14	22	3,8	7,7	5,2	6,0	4,5	0,8	1,2
América del Sur	5,8	11,7	23,6	40	58	4,8	4,8	4,6	5,3	3,9	2,5	3,2
Asia y el Pacífico	22,8	82,0	204,0	355	535	8,9	6,3	4,9	5,7	4,2	21,7	29,6
Asia del Nordeste	10,1	41,3	111,5	195	293	9,9	6,8	4,9	5,7	4,2	11,9	16,2
Asia del Sudeste	8,2	28,4	69,9	123	187	8,7	6,2	5,1	5,8	4,3	7,4	10,3
Oceanía	2,3	8,1	11,6	15	19	8,7	2,4	2,4	2,9	2,0	1,2	1,0
Asia Meridional	2,2	4,2	11,1	21	36	4,3	6,6	6,0	6,8	5,3	1,2	2,0
Europa	177,3	304,1	475,3	620	744	3,7	3,0	2,3	2,7	1,8	50,6	41,1
Europa del Norte	20,4	35,8	57,7	72	82	3,8	3,2	1,8	2,2	1,4	6,1	4,5
Europa Occidental	68,3	112,2	153,7	192	222	3,4	2,1	1,8	2,3	1,4	16,3	12,3
Eur. Central/Oriental	26,6	58,1	95,0	137	176	5,3	3,3	3,1	3,7	2,5	10,1	9,7
Eur. Meridional/Medit.	61,9	98,0	168,9	219	264	3,1	3,7	2,3	2,6	1,9	18,0	14,6
Oriente Medio	7,1	13,7	60,9	101	149	4,5	10,5	4,6	5,2	4,0	6,5	8,2

¹ Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO) ©

(Cifras procedentes de la OMT-UNWTO, septiembre 2011)

Tabla 11 Turismo hacia 2030²⁷

5. HISTORIA DEL TURISMO EN EL SALVADOR

Los primeros esfuerzos para desarrollar el turismo en El Salvador se remontan al año 1924, durante la administración del Dr., Alfonso Quiñonez Molina. El propósito entonces era de atraer turistas para adquirir divisas, dar a conocer el país y sus valores culturales e históricos y además establecer nuevas relaciones para incrementar el comercio.

Pero es hasta después de finalizada la segunda guerra mundial que el turismo empieza a tomar auge en el país con el restablecimiento de las llamadas Juntas de Progreso y Turismo, las cuales habían sido creadas en el año 1939, durante el gobierno del General Maximiliano Hernández Martínez. Estas Juntas dependían del Ministerio de Obras Públicas y eran responsables del progreso económico a través del turismo en cada jurisdicción, aunque no se desarrollaron labores de importancia.

Es hasta el abril de 1947, bajo el gobierno del General Salvador Castaneda Castro que se presenta a la Asamblea Legislativa, un proyecto para la creación de la Junta Nacional de Turismo. Este proyecto fue aprobado por medio del Decreto Número 96 del 09 de mayo de 1947 y se define a la Junta como una entidad de utilidad pública, con autonomía completa, sujeta a las disposiciones de la ley y con personería jurídica propia. Un año

²⁷ Fuente Panorama Mundial del Turismo OMT edición 2016

después se decreta el Reglamento de la Junta Nacional de Turismo, que define la integración de su Junta Directiva y el establecimiento de las Juntas de Turismo Departamentales.

Aunque la creación de una institución dedicada al fomento y regulación del turismo significó un avance, las acciones que realizaba tenían un enfoque más bien de turismo interno como por ejemplo, mejorar los atractivos turísticos en los departamentos pero sin tener una vinculación con el turismo internacional. Es hasta el año 1949 que se efectúa la reforma a la Ley de creación de la Junta Nacional de Turismo para mejorar la coordinación entre el gobierno y la empresa privada con el propósito de atraer a los turistas y fomentar el desarrollo de infraestructura como hoteles, balnearios y parques nacionales.

Durante la década de los cincuenta, se empieza a definir una mentalidad más cultural, histórica y antropológica de los valores nacionales pero sobre todo enfatizando la importancia del rescate y la promoción de los sitios arqueológicos y de los recursos naturales del país.

A nivel político en 1950 se redacta la nueva Constitución Política y se avanza en el reconocimiento de principios ciudadanos así como a la definición de un nuevo enfoque para el Estado, como promotor principal del desarrollo nacional y del bienestar social; por ejemplo, se acepta la libertad económica siempre que no se oponga al interés social y a la propiedad privada debe estar en función social. Iguales principios se establecieron en relación con los derechos al trabajo, la salud y la educación.

Durante este periodo se realizaron importantes obras de infraestructura pública como la presa hidroeléctrica 5 de Noviembre, el puerto de Acajutla, la construcción de escuelas, viviendas y carreteras. En el campo de la política social, se crearon instituciones orientadas al bienestar de la población, las más importantes fueron: Instituto Salvadoreño del Seguro Social (ISSS), el Instituto de Vivienda Urbana (IVU), el Instituto de Colonización Rural (ICR) y el Instituto Regulador de Abastecimientos (IRA).

Cabe destacar que la Junta Nacional de Turismo era dirigida por el poeta Raúl Contreras quien logró insertar su visión del turismo en esta dinámica político-social que vivía el país. En su periodo de trabajo (de 1947 a 1959), se construyeron los parques recreativos y telecentros como el de Apulo, en el lago de Ilopango, en 1948; el Parque Balboa en 1949; Atecozol, en Sonsonate e Ichanmiche, en San Vicente, en 1956; Amapulapa en 1958; Los Chorros y el Hotel de Montaña, en el Cerro Verde en 1959. Estos parques y telecentros aun sirven como atractivo turístico para los visitantes extranjeros y para las familias salvadoreñas.

a. INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO ISTU

En el año 1961 mediante el Decreto 469, el Directorio Cívico Militar de El Salvador, creó el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU), como la instancia rectora de la actividad turística. Se le asignaron como funciones principales, la elaboración de proyectos para el desarrollo y fomento del sector, la regulación de las empresas turísticas, la administración del patrimonio turístico del país y la elaboración de informes estadísticos sobre la evolución del sector.

En el Art. 2 de la Ley del ISTU, se establece que el Instituto tendrá como finalidad la administración de los centros recreativos de su propiedad, así como de los inmuebles e instalaciones que le han sido asignados conforme a las leyes. Además, tendrá a su cargo la promoción y estímulo de la recreación familiar y el excursionismo, en lo que se refiere a la atracción de visitantes hacia dichos Centros.

De acuerdo al Art. 3, el ISTU tendrá personalidad jurídica y plena capacidad para ejercer derechos, contraer obligaciones e intervenir en juicios; también tendrán patrimonio propio y gozará de autonomía en la administración de sus bienes, operaciones y servicios, lo mismo que en el desempeño de las funciones y actividades que legalmente le corresponda.

Con la creación del Instituto Salvadoreño de Turismo, se mejora notablemente la planificación para promover la actividad turística en el país y la cual se proyecta hacia la percepción de visitantes extranjeros. También el turismo se expande en el país con la modernización del transporte, infraestructura vial, la modernización del Aeropuerto de Ilopango y el aumento de los vuelos aéreos al país. A nivel internacional se experimenta el surgimiento y expansión del turismo masivo que alcanza la región de Centroamérica.

La década de los sesenta es considerada como “La época dorada” del turismo en El Salvador. Los factores que contribuyen a este auge del turismo son el crecimiento económico y la estabilidad política del país y la gestión de nuevos negocios que impulsaba el Instituto Salvadoreño de Turismo en alianza con empresarios modernizantes y un marco normativo establecido por el gobierno.

Aunque en los inicios de los sesenta, el turismo no se perfilaba como una opción viable de desarrollo, algunos empresarios inician la construcción de la infraestructura turística. Se construyen cuatro nuevos hoteles en San Salvador: el Camino Real, el Ritz, el Alameda y el Terraza (actualmente permanecen tres de estos hoteles a excepción del Ritz que fue destruido por el terremoto de 1986). Estas construcciones tenían expectativas sobre los beneficios que se podían obtener y también se aprovechaban los incentivos fiscales y las facilidades de crédito otorgados para esta clase de proyectos.

Durante el periodo de 1960 a 1970, el contexto político y social en el cual se encontraba inmerso El Salvador, se caracteriza por la influencia de las políticas anticomunistas que implementaban los Estados Unidos con la “Alianza para el Progreso”, que contenía programas de índole económica y social que buscaban un alivio a la pobreza, la cual constituía un grave problema social en el país y además buscaba contrarrestar ideológicamente la influencia que el triunfo de la revolución cubana estaba teniendo en los países de Latinoamérica.

Durante los sesenta, se genera una amplia expansión económica de Centroamérica a través del desarrollo del Mercado Común Centroamérica –MCCA-, que influyo de manera significativa en el incremento de los flujos de visitantes a nivel regional e internacional, la apertura de negocios y el surgimiento de industrias que requerían de bienes de capital y de materias primas importadas, lo cual incremento los viajes internacionales y regionales. Esto genero un periodo de estabilidad, crecimiento económico e incremento de la actividad turística.

Para apoyar el desarrollo del creciente sector turístico, en octubre del año 1966 se crea el “Fondo de Desarrollo Económico del Banco Central de Reserva” como una modalidad de financiamiento estatal para impulsar el desarrollo económico y social del país. Este fondo

se orientó principalmente en apoyar la construcción de hoteles y moteles de primera clase, así como otros establecimientos destinados a finalidades similares. De la misma forma se otorgaba financiamiento para la adquisición de activos por parte de empresas dedicadas a la actividad turística.

Un año más tarde, se emitió la “Ley de Fomento de la Industria Turística”, que tenía el propósito de otorgar incentivos fiscales a las empresas turísticas que cumplieran con los requisitos establecidos en el Sistema Nacional de Turismo.

- **Desarrollo turístico durante la década de los setenta**

Durante la década de los setenta la administración del Instituto Salvadoreño de Turismo – ISTU-, estableció estrategias para promover turísticamente el país a nivel internacional y atraer inversiones ya que en esa época el país no contaba con la infraestructura necesaria para ofrecer a los turistas o para competir con otros destinos turísticos ni tampoco se contaba con los recursos financieros necesarios para desarrollar grandes proyectos de desarrollo turístico.

Una de estas estrategias fue posicionar a El Salvador como un destino turístico de sol y playa, tomando en cuenta de que en el país se disfruta de un clima soleado la mayor parte del año. El mercadeo del país se impulsó en los mercados internacionales con énfasis en el mercado norteamericano.

Otra estrategia fue la de diseñar un plan maestro para desarrollar la franja costera marina, estableciendo como polo prioritario de desarrollo las playas de la Costa del Sol y El Estero de Jaltepeque.

Ya en la década de los setenta, un acontecimiento que le dio un gran impulso al turismo en El Salvador sucedió en 1975, cuando El Salvador fue elegido como sede para el certamen de belleza Miss Universo, el más importante del planeta. En este certamen participaron concursantes de 71 países y fue la segunda ocasión en la historia que se realizaba en un país en América Latina.

Para finales de la década de los setenta se agudiza la violencia política y social en El Salvador. Son frecuentes los enfrentamientos entre organizaciones populares y político militares de izquierda, que conforman el Frente Farabundo Martí para la Liberación Nacional –FMLN- las fuerzas del ejército y los llamados cuerpos de seguridad de derecha. A la base de estos enfrentamientos se encontraban las causas estructurales como de la extrema pobreza, la injusticia social, la impunidad, la enorme desigualdad y el irrespeto a la voluntad popular manifestada en las elecciones. Esta situación desemboca en un sangriento conflicto armado desde el año 1980 hasta 1992.

El conflicto armado interno ocasiono miles de muertos (se estiman en setenta y cinco mil los muertos), más de un millón de salvadoreños desplazados, la destrucción de gran parte de la infraestructura económica y el tejido social, además de gravísimas violaciones a los derechos humanos, incluyendo crímenes de lesa humanidad, asesinatos masivos, el desaparecimiento de miles de personas y la inseguridad ciudadana.

Cabe destacar que durante el conflicto se realizaban secuestros y asesinatos de políticos e importantes empresarios. En enero de 1977, un grupo armado de izquierda secuestro al entonces Presidente del ISTU, el Licenciado Roberto Poma, quien posteriormente fue encontrado asesinado. Esta situación de violencia repercutió negativamente en la llegada de turista.

A raíz del conflicto armado en el país, el periodo de 1980 a 1992, fue de inactividad para el turismo, incluso se advirtió a los ciudadanos norteamericanos y europeos sobre el peligro de visitar el país. Además las autoridades gubernamentales nacionales temían el ingreso de miembros de organizaciones internacionales de izquierda y empezaron a aplicar estrictas medidas en la concesión de visas de ingreso al país.

La firma de los Acuerdos de Paz el 16 de enero de 1992, pone fin a doce años de guerra civil en El Salvador. La consolidación del proceso de paz, permite la realización de reformas estructurales y políticas macroeconómicas que se tradujeron en un mejor desempeño económico del país, que experimenta un crecimiento promedio de alrededor del 6 por ciento durante gran parte del decenio de la década de los noventa.



Ilustración 15 Destinos Turísticos de El Salvador

6. TURISMO EN EL SALVADOR

El Salvador ocupa una posición estratégica en el área central del istmo centroamericano. Definen sus límites fronterizos los países de Guatemala por el oeste y Honduras por las zonas norte y este. El Océano Pacífico baña sus 321 kilómetros de costa. En el territorio impera un clima tropical cálido, del que es característico una temperatura media anual próxima a los 28°C, existiendo dos estaciones, una seca de noviembre a abril y otra lluviosa de Mayo a Octubre. No obstante la configuración geográfica de la región, la influencia marítima y la existencia de un cinturón montañoso costero, propicia la existencia de contrastes de tipo micro-climáticos entre las zonas litorales y de interior. El Salvador es el país más pequeño de Centroamérica. Sin embargo, en sus 20,742 kilómetros cuadrados de superficie, se observan una gran variedad y riqueza de atractivos naturales y culturales que se encuentran próximos y bien conectados. Su potencial turístico está, a priori, justificado. No obstante, su imagen en el exterior mantiene ciertas connotaciones negativas, debido el conflicto armado que vivió desde 1980 hasta 1992, año en que se firmaron los acuerdos de paz. Asimismo, los desastres naturales que el país ha sufrido en los últimos años, el paso del huracán Mitch en 1998 y dos terremotos ocurridos en 2001, además de originar grandes pérdidas, propiciaron la asociación de este tipo de fenómenos de la naturaleza a dicha imagen percibida del país. Ésta es, sin duda, discordante con la situación actual de El Salvador, ya que destaca principalmente, por la estabilidad sociopolítica y una situación económica en crecimiento.

De acuerdo a las proyecciones de MITUR en el plan quinquenal se han desarrollado acciones y programas estratégicos como marca destino: Posiciona al El Salvador como

un destino turístico atractivo, bajo este programa se participó en 20 ferias internacionales, alianzas con 4 cooperantes internacionales que han posicionado la marca destino “El Salvador Impresionante”, también a esto ha abonado los eventos que se han realizado en El Salvador entre otras estrategias realizadas en cooperación de las institucionalidades que han aportado a que actualmente el turismo vaya en crecimiento.

El 23 de julio del año 2016 el Ministro de Turismo, Lic. José Napoleón Duarte entregó equipos de movilidad, tecnológicos y de comunicaciones como parte del proyecto de fortalecimiento del cuerpo de la Policía de Turismo, POLITUR, a través del Programa de desarrollo turístico de la franja costero-marina que ejecuta el Ministerio de Turismo (MITUR), financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID).

La entrega se hizo oficial al ministro de Seguridad Pública, Ing. Mauricio Ramírez Landaverde, en el marco del Programa Gobernando con la Gente, en el municipio de Huizúcar. La inversión en la entrega ronda los US\$180,000 para apoyar la seguridad en la zona costera de los departamentos de La Libertad y Usulután ya que uno de los problemas por los que está viviendo El Salvador es la delincuencia.

Fortalecer la seguridad en las zonas turísticas trae grandes beneficios, como disminución en los índices de delincuencia ya que el turismo en El Salvador está pasando en un gran momento. Hay muchas inversiones en hoteles y un incremento en la llegada de turistas extranjeros.

Los indicadores de gestión de turismo en El Salvador muestran el crecimiento en el nivel de ingreso, siendo al cierre del 2016 (US\$1,183.43 millones de dólares) el más alto en los últimos 12 años y en la llegada de visitantes de 2,051,653 miles con un crecimiento del 4%, con respecto al 2015.

Los visitantes del año 2016, están representados por el 70% de turistas y el 30% de excursionistas. Los turistas tienen dos vías para ingresar a El Salvador, terrestre y aérea, siendo el 57 % vía terrestre y el 43% vía aérea.

Las regiones de donde se reciben más turistas son Centroamérica (58%), Norteamérica (35%), Suramérica (3%), Europa (2%), Caribe (1%) y Otros (1%). A continuación se presentan gráficas del turismo receptor, ingreso monetario de por turismo para el año 2016.

- **Turismo receptor**

Pese a los innumerables desafíos a los que se ha enfrentado, en particular los relativos a la seguridad. Los viajes internacionales siguen incrementándose hacia El Salvador. Las llegadas de visitantes internacionales crecieron en 4.0% en comparación con el mismo período 2015. Al alcanzar los 2,051,653 para el acumulado enero-diciembre de 2016 (Gráfico 1) ello se debe a las estrategias mercadológicas implementadas por CORSATUR a nivel nacional e internacional.

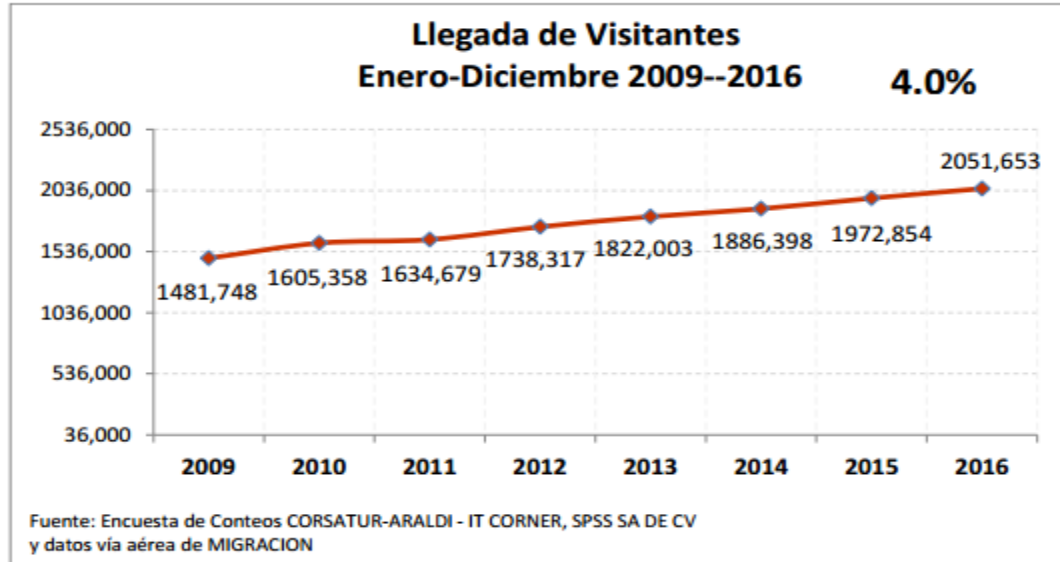


Gráfico 1 Llegada de visitantes internacionales

- **Llegada de Turistas por Nacionalidad**

Un 89.0% representa la llegada de Turistas extranjeros y el 11.0% los salvadoreños residentes en el exterior. Es importante subrayar el 84.2% de los salvadoreños residentes en el exterior viven en Estados Unidos.

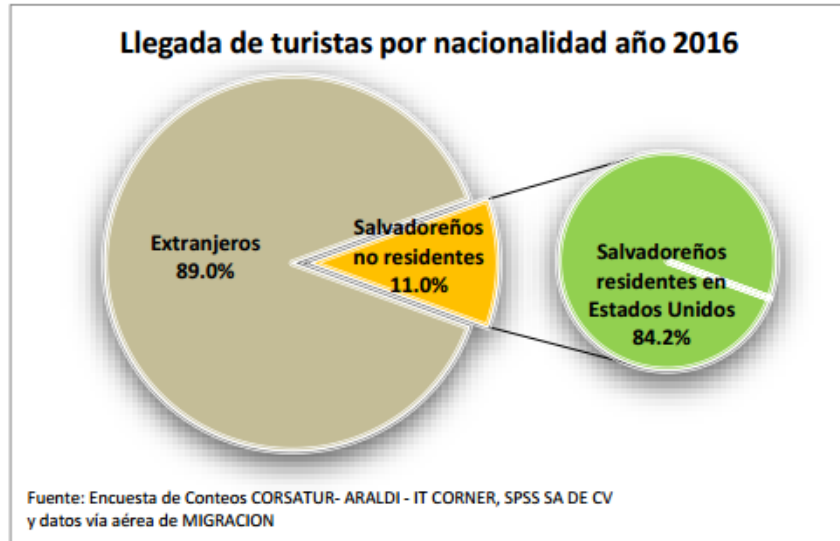


Gráfico 2 Llegada de turistas por nacionalidad

k. Gasto Turístico

Los resultados preliminares para el año 2016 en materia de Gasto Turístico total, realizado por los turistas y los excursionistas son más satisfactorios que los registrados en 2015. Con \$1,169.45 millones para 2015 contra los \$1,183.43 millones registrados en el 2016, es decir \$13.98 millones más o el equivalente a 1.2% de incremento.

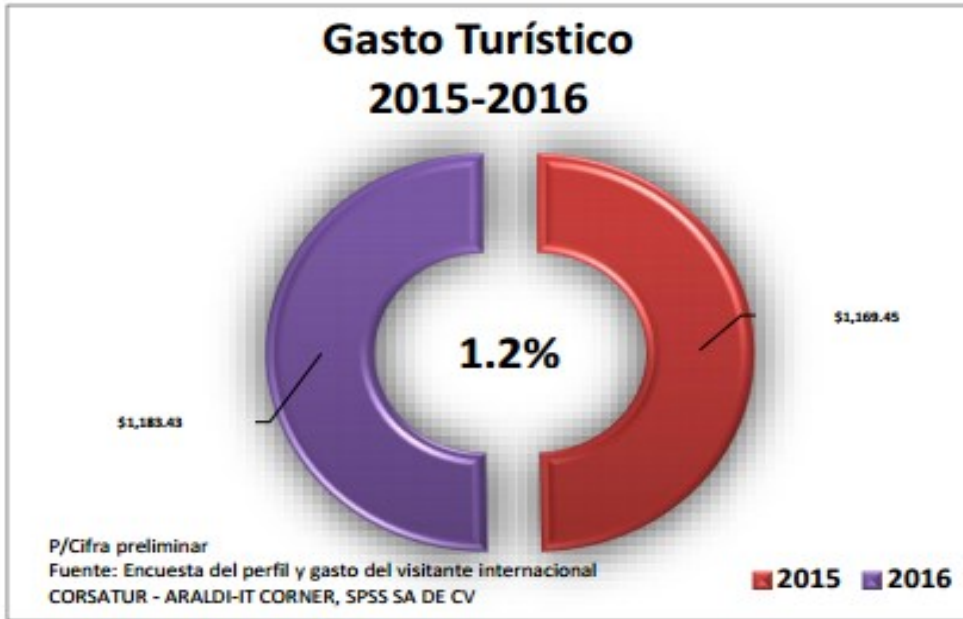


Gráfico 3 Gasto Turístico

El comportamiento del gasto diario por persona de los turistas creció en 4% con respecto al año 2015, pues paso de \$112.9 en el año 2015 a \$117.4 en el 2016.



Ilustración 16 Gasto diario y estadía del turista

Al analizar el comportamiento de la estadía media que realizan los turistas en El Salvador, se observa que este han decrecido sus días promedio de estancia en nuestro país, pasando de 6.8 noches el año 2015 a 6.2 noches para el 2016.

- **Aportación al PIB**

El peso que tiene el sector turismo en la economía nacional es sumamente importante, tomando en cuenta que para el tercer trimestre del año 2016 del total del PIB le corresponde el 4.51 %, debido a la captación de \$297.96 millones.

Año	PIB (US \$ Millones)	TURISMO (US \$ Millones)	IT/PIB %
2009	20,661.03	516.63	2.50%
2010	21,418.33	518.03	2.42%
2011	23,139.05	615.15	2.66%
2012	23,813.60	771.55	3.24%
2013	24,350.93	893.84	3.67%
2014	25,054.23	1107.43	4.42%
2015	25,850.21	1169.45	4.52%
1° T2015	6,388.62	276.02	4.32%
1°T 2016	6,589.64	281.35	4.27%
2° T2015	6,387.89	275.91	4.32%
2°T 2016	6,606.37	273.49	4.14%
3° T2015	6,496.64	305.75	4.71%
3°T 2016	6,606.37	297.96	4.51%

Fuente: BCR-CORSATUR - Datos preliminares
PIB a precios corrientes –Ingresos turísticos totales

Tabla 12 Producto Interno Bruto

Las proyecciones para el 2017 son “trascender de un Pueblo Vivo a un Pueblo Encantador”, superar los dos millones en la llegada de visitantes internacionales alcanzando un crecimiento de 5% del PIB.

De acuerdo a las proyecciones de MITUR en el plan quinquenal se han desarrollado acciones y programas estratégicos como marca destino: Posiciona al El Salvador como un destino turístico atractivo, bajo este programa se participado en 20 ferias internacionales, alianzas con 4 cooperantes internacionales que han posicionado la marca destino “El salvador Impresionante”, también a esto ha abonado los eventos que se han realizado en El Salvador entre otras estrategias realizadas en cooperación de las institucionalidades que han aportado a que actualmente el turismo vaya en crecimiento.

A continuación se presentan las rutas turísticas que ofrece El Salvador como destino turístico:

7. RUTAS TURÍSTICAS EN EL SALVADOR

El Salvador ha hecho grandes esfuerzos para promocionarse como destino turístico Para facilitar el turismo para extranjeros y nacionales el Ministerio de Turismo ha propuesto diferentes rutas, las cuales son las siguientes:

a. RUTA ARQUEOLÓGICA

- **Joya de Cerén**

Ubicado en el departamento de La Libertad, a unos 30 minutos de la capital, fue declarado Patrimonio de la humanidad por la UNESCO en 1993. Este sitio muestra la vida cotidiana de sus pobladores indígenas, interrumpida por la erupción del Volcán de Loma Caldera en el año 600 D.C aproximadamente. Joya de Cerén tiene 18 estructuras, diez de las cuales han sido excavadas, revelando pasillos, puertas, bancos, baños de vapor, cultivos de maíz y jardines caseros.

Aparentemente sus habitantes huyeron del fenómeno natural dejando prácticamente intactas sus pertenencias y hasta la comida que preparaban en ese momento. Su conservación se debe a más de 14 capas de ceniza que lo cubrieron durante más de 1,400 años hasta que fue descubierto en 1976.

- **San Andrés**

A 32 km de San Salvador, y a solo 8 km aproximadamente de distancia de Joya de Cerén, se encuentra este sitio arqueológico ceremonial. San Andrés constituyó un centro regional, ceremonial y administrativo entre los años 600 a 900 D.C. Ahí se encuentra un obraje de añil que data de la época colonial y que fue entre ellos, un centro religioso elaborado en pedernal.

El complejo tiene un área de aproximadamente 35 hectáreas siendo uno de los centros prehispánicos más grandes de El Salvador.

- **Tazumal**

Ubicado en el corazón de Chalchuapa, en el departamento de Santa Ana, a 80 kilómetros al occidente de la capital. La ocupación de los mayas en el Tazumal existió alrededor de los años 100 -1,200 A.C. Dentro de su estructura de más de 24 m de altura se encontraron tumbas con más de 116 vasijas, joyería de jade, espejos de piritita de hierro, artefactos de juego de pelota y cerámica con forma de lagarto.

Es notable la influencia que tuvo esta zona en otras épocas, por lo que es posible encontrar rastros de diferentes culturas como la Teotihuacana, la de Copán y la Tolteca, entre otras. La mezcla de estos rasgos culturales hizo de esta región un territorio notablemente rico en expresiones artísticas y arquitectónicas.

- **Casa Blanca**

Casa Blanca es un sitio arqueológico ubicado en la zona arqueológica de Chalchuapa, su ocupación fue entre el período preclásico (500 A.C. - 250 D.C.) Y el período clásico (250 D.C. - 900 D.C.). Su proximidad con Guatemala facilitó mucho el comercio de cerámica, obsidianas y otros productos.

El parque incluye 6 estructuras prehispánicas, con 3 pirámides y 3 estructuras menores. Además de un museo que exhibe 4 piedras talladas de más de un metro de altura y un taller de teñido de añil.

b. RUTA ARTESANAL

- **Ilobasco**

Localizado a 54 km de San Salvador, en el departamento de Cabañas, su nombre en idioma Náhuat significa "Lugar de tortillas de Elote tierno". Ilobasco es considerado como uno de los principales centros alfareros y ceramistas de Centroamérica, y es cuna de la artesanía en El Salvador, remontándose la actividad cerámica a la época precolombina.

Su artesanía en barro es muy variada y colorida, donde se pueden encontrar jarros, muñecas indias, adornos para el hogar, figuras de la mitología cuscatleca y las famosas "miniaturas", las cuales no son mayores de cinco centímetros; y las "sorpresas pícaras".

- **Suchitoto**

Es una hermosa ciudad con casas y calles de estilo colonial, conocida como la capital cultural de El Salvador. Su nombre en idioma Náhuat significa "Pájaro Flor". Su principal atractivo es la Iglesia de Santa Lucía la cual data de la época colonial y es parte del Patrimonio Cultural. Otro destino el Lago de Suchitlán que se puede recorrer en lancha, haciendo paradas en sus diversas islas las cuales están llenas de leyendas.

- **San Sebastián**

San Sebastián es un municipio del departamento de San Vicente en la zona central del país. Los textiles son el principal patrimonio de esta localidad. Sus tejidos por medio de los telares artesanales son de distinta variedad ofreciendo manteles, tortilleros, hamacas, colchas individuales y matrimoniales, cortinas, telas para confeccionar trajes típicos, bolsos entre otros. El turista puede tener la experiencia de ver este proceso paso a paso, además de conocer otros atractivos como su iglesia.

- **La Palma**

Se encuentra a 84 km de San Salvador, en el departamento de Chalatenango, poseedor de un clima fresco, bellos paisajes y una amplia oferta de restaurantes y hoteles. Este municipio adquirió su fama gracias al ingenio del Sr. Fernando Llorca quién enseñó a los pobladores a producir artesanías decorativas, utilizando la madera de pino, tela de manta y las semillas de Copinol como principales materias primas.

- **San Ignacio**

Este pequeño municipio posee talleres artesanales donde se trabaja principalmente la madera, sus creaciones se caracterizan por su color café oscuro decoradas con flores pintadas manualmente.

San Ignacio también se ha caracterizado por ser un destino muy fresco donde se cultiva café de altura y una gran variedad de hortalizas. Además de ofrecer una diversidad de hoteles y restaurantes.

- **Citalá**

En lengua Maya Chorti significa "Río de Estrellas". Su iglesia de estilo colonial construida a finales del siglo XVII es una hermosa obra arquitectónica que vale la pena conocer.

Citalá, es una población con alto fervor religioso y dedicado al trabajo, los pobladores de esta Villa viven en un ambiente de paz y tranquilidad.

c. RUTA DE LA PAZ

Esta ruta está compuesta por sitios que en épocas pasadas fueron de la guerra y que ahora se transformaron en entornos apacibles llenos de belleza natural, con ríos cristalinos, cascadas y sitios ideales para hacer camping y bici-montaña.

Aquí se mezclan la cultura de nuestros antepasados y sus tradiciones indígenas, con la historia reciente y la aventura de convivir directamente con la naturaleza; todo en un entorno donde se respira paz y tranquilidad.

- **Perquín**

Fundada por tribus Lenca, mucho antes de la época de la Colonia, Perquín significa “Camino de Brasas” o “Camino de los Carbones Encendidos”, ya que en la antigüedad los indígenas mantenían sus fogatas encendidas permanentemente. La ciudad de Perquín está rodeada de verdes pinares y cafetales, lo que le proporciona un clima fresco y agradable, donde además se puede encontrar una gran oferta de restaurantes, alojamiento, tiendas de artesanías y transporte terrestre.

Atractivos Turísticos de Perquín

Museo de La Revolución: Ubicado en el propio Perquín, este museo fue inaugurado el 13 de diciembre de 1992. En este lugar hay una exhibición permanente de armas, objetos, restos de aeronaves derribadas, imágenes, información y testimonios de momentos históricos relacionados con la guerra civil que vivió El Salvador durante la década de los años ochenta.

Quebrada de Perquín: Esta senda rodeada de pinares y de diversas especies de aves que habitan la zona, es accesible únicamente a pies y se encuentra a unos 25 minutos desde el casco urbano. Después de un gratificante recorrido en contacto con la naturaleza, se puede disfrutar de un refrescante chapuzón en alguna de las muchas pozas de aguas limpias que se encuentran en la zona, como la Poza del Indio y la Poza del Finado Adán.

Villa del Rosario: Esta villa recibe su nombre en honor a la Virgen del Rosario, patrona de sus habitantes. El Rosario es un típico pueblecito rural, cuyo principal atractivo es la cascada del Río Araute, una caída de agua de 30 metros que se accede por escabrosas laderas, ideal para los amantes de la aventura y la naturaleza.

- **Arambala**

Municipio rico en recursos naturales para practicar ecoturismo: ríos, cerros, pozas y pinares que invitan a la exploración y la aventura. Arambala posee un clima fresco, lo que permite disfrutar sus atractivos en agradables caminatas o si prefiere, en vehículo todo terreno. En lengua lenca Arambala significa “Río de los Alacranes”.

Atractivos Turísticos de Arambala

Llano del Muerto: Extensa área de pinares y praderas, con muchos nacimientos de agua que corren libremente sobre las imponentes formaciones rocosas y bajan hasta perderse en las profundidades de los Ríos Sapo y Guaco.

Cerró el Perión: Posee un pequeño bosque con carboles de roble, pino, manzana rosa y arbustos. Desde su cúspide se puede divisar el magnífico panorama del oriente salvadoreño, la costa pacífica, el Cerro Cacahuatique y los volcanes Conchagua y Chaparrastique.

Río Sapo: Situado entre los municipios de Arambala y Joateca, el Río Sapo posee aguas limpias y con una característica coloración verde cristalina, haciendo de este paraje un verdadero descanso para aquellos que gustan de aguas frescas y relajantes.

- **Joateca**

Ubicado en el extremo norte del departamento de Morazán, su nombre significa “Valle de Los Ocotes”. Este pequeño y pintoresco pueblo conserva sus tradiciones y cultura ancestrales casi intactas. Uno de sus principales atractivos es su preciosa iglesia colonial que evoca la religión del pasado y que da la sensación de que el tiempo se detuvo en este rincón de El Salvador.

- **Cacaopera**

Su nombre significa “Huerta de Cacao”, nombre que hace alusión a la época de la Colonia en que abundaban las plantaciones de este preciado fruto. En este pueblo de origen precolombino, sus habitantes todavía conservan rasgos propios de los indígenas que poblaron la zona en la antigüedad.

Atractivos turísticos de Cacaopera

Cueva La Koquinca: Una espaciosa cueva formada naturalmente en cuyo interior se encuentra una roca con petrograbados muy antiguos en colores rojo, verde y violeta. La gente del lugar asegura que en su interior se encuentra escondido un valioso tesoro esperando a ser descubierto.

Museo de Winakirika: El nombre de este museo significa “Lo de Nuestro Pueblo”, y ahí se exhiben las tradiciones de la población de Cacaopera a través de fotos, artesanías y objetos étnicos, culturales y religiosos. El Museo Winakirika forma parte de la red de Museos Comunitarios de América.

Centro Histórico: En la plaza principal de Cacaopera se encuentra la iglesia colonial construida en 1660, cuya estructura impresiona a los visitantes. Junto a este templo se encuentra el antiguo campanario con 3 grandes campanas de bronce que sonaron por primera vez en 1721.

- **Corinto**

Al visitar este pueblo hay que estar preparado para un verdadero encuentro con el pasado cultural y con la naturaleza. Este acogedor lugar es un importante centro de comercio, ligado a las principales rutas comerciales de la región, como son la Ruta Militar, San Miguel y Santa Rosa de Lima.

Atractivos turísticos de Corinto

Las Grutas del Espíritu Santo: En estas grutas se encuentra la principal muestra de Arte Rupestre de El Salvador, con una serie de pinturas y petrograbados de 10 mil años de

antigüedad aproximadamente. En el interior de la cueva de 39 metros de largo, pueden apreciarse las pinturas rupestres en bajorrelieves. Un parque reforestado rodea a esta joya arqueológica y al subir sobre las grutas, se descubre con deleites el paisaje del Corinto, caracterizado por pastos y formaciones rocosas. Fue declarado Monumento Nacional el 12 de julio de 1972.

- **Guatajiagua**

En lengua Lenca significa "Valle con cultivos de tabaco". Este pueblo habitado antiguamente por indígenas Lencas o Potones; es famoso por la producción de alfarería negra. Caminando por las calles de la ciudad, es común observar en los patios de las casas, a las mujeres elaborando comales, sartenes, ollas y tinajas que reciben un bello acabado negro a partir de un tinte natural de nacascolo. Este trabajo de alfarería se realiza con técnicas muy antiguas que heredaron de sus antepasados Lencas.

Existe un Centro de Desarrollo Artesanal que exhibe muestras de los productos de alfarería. Además existe una asociación de indígenas Lencas que mantienen viva la danza tradicional de "Los Negritos" y "La Yegüita", que recuerdan las batallas de los indígenas contra los españoles durante el periodo de conquista.

- **Meanguera**

Es otra de las poblaciones de Morazán de descendencia Lenca. Su nombre significa "Lugar de los Chilchihuites". Según relatos de cronistas de la época colonial jugó un papel muy importante al mantener controlado y habilitado el paso del río Torola, para que se realizara el comercio entre lo que hoy son Honduras y El Salvador.

Esta villa es muy conocida por la historia reciente, la del conflicto armado, pues en uno de sus caseríos se produjo uno de los genocidios más grandes cometidas por el ejército salvadoreño en nuestro país, la masacre del Mozote, donde cientos de personas, principalmente niños fueron asesinados.

Meanguera también es muy conocida por su asentamiento humano llamado, Comunidad Segundo Montes. Esta comunidad, mucho más grande que el mismo casco urbano de Meanguera, fue constituida por repobladores refugiados en Honduras, producto de la guerra civil.

- **Rosario**

Típico pueblo de la zona oriental salvadoreña, debido a su caluroso clima aún sobresalen algunas casas de amplios portales o corredores externos. Pueblo caracterizado por su limpieza, así como por su bellísima iglesia de estilo colonial construida a base de adobe en 1830, que domina la vista desde la plaza central.

Este municipio también se destaca por sus impresionantes recursos hídricos. El Rosario es uno de los municipios más pequeños del departamento de Morazán, y sus orígenes se remontan a una pequeña aldea llamada Araute, de origen lenca y que significa "Valle caído o valle de las cuatro casas".

Su principal atractivo es su río Araute ubicado a 20 minutos del pueblo con su impresionante cascada de 30 metros.

- **San Fernando**

El nombre de este pueblo es claramente español, en honor a los reyes católicos Fernando II y Fernando V. Los españoles reconocen la existencia de este pueblo en 1811 y mencionan que era habitado por un pequeño grupo de personas ladinas.

Es poseedor de un clima agradable, producto de su altura y por los bellos y pintorescos bosques de pino, cipreses y robles que le rodean. Gracias a las importantes reservas naturales que posee, existe una enorme variedad de flora y fauna en este municipio.

San Fernando en su vida diaria, ofrece un ambiente rural y campesino, determinado por las actividades agrícolas a las que se dedica la población. Desde su creación San Fernando ha sido un sitio de paso de y hacia los pueblos de Honduras, con los cuales se ha mantenido desde la época precolombina un importante intercambio comercial.

Entre sus atractivos turísticos encontramos el río Negro y un sitio natural llamado "El Chorrerón" en donde los turistas pueden disfrutar de un baño en sus frías aguas. Otro atractivo son las cascadas "El Diamante" y "Las Golondrinas" ubicadas en el río Cañaverales. Todos estos sitios se encuentran en estado cien por ciento natural.

- **Torola**

El pueblo de Torola por su elevación tiene un clima cálido, pero a causa de las colinas y montañas, es fresco al amanecer. Este municipio, como la mayoría en Morazán es de origen lenca y sus raíces indígenas aún permanecen.

Torola significa "Las Tres Cabezas". Una de sus principales características es su gente amistosa, que aún mantienen muchas de sus antiguas tradiciones, entre ellas el trabajo de barro moldeado de color rojo.

En este municipio los visitantes pueden disfrutar de hermosos paisajes y puede encontrar sitios espectaculares. Cuenta con zonas rocosas muy interesantes, una gran extensión de rocas finas con formas caprichosas. Tiene una gran extensión de zonas montañosas y cursos de agua que enriquecen el área con múltiples colores y texturas. Su vegetación es muy variada. Hay pinos secos y zonas de bosques tropicales que se muestran hermosos durante el invierno.

En su ruta de acceso se encuentra el sitio histórico "El Moscarrón", lugar donde en 1982 sucedió una de las batallas más crueles de la guerra civil. Este municipio fue uno de los principales escenarios de la guerra civil y en sus ciudades y aldeas que se produjo una gran cantidad de eventos claves en el comienzo de la guerra.

- **Jocoatique**

Conocido como la "Ciudad de los Portales", por sus amplios corredores exteriores al frente de las casas principales del pueblo, elemento arquitectónico que le distingue al norte de Morazán.

El nombre original de este poblado es Yucuaytique que significa "Cerro en el pueblo del fuego"; ya que su existencia se remonta a la época anterior a la llegada de los conquistadores españoles.

Muchas de las calles de Jocoatique se conservan empedradas dándole un aire romántico de pueblo antiguo que se reafirma por su ambiente de gran tranquilidad. En su jurisdicción nace el río Araute rodeado de exuberante vegetación tropical, donde se puede observar variedad de mariposas y aves; al igual que practicar la natación en algunas de sus pozas.

Otros sitios turísticos son: La Poza de La Huilisca, ubicada sobre la ribera del río La Joya y la cascada "Salto de Amaya" situada muy cerca del casco urbano.

Como la mayoría de los poblados del norte de Morazán, que quedaron desolados producto de la guerra civil de los años 80's, Jocoaitique no fue la excepción, familias enteras huyeron con el objetivo de salvar sus vidas, y lo que fue un pueblo de floreciente comercio se convirtió en un lugar fantasma. Sin embargo, su gente emprendedora ha repoblado y le ha dado nuevamente vida a la "ciudad de los portales".

d. RUTA DE LAS MIL CUMBRES

Asciende desde la planicie costera oriental hasta la cumbre de la Sierra Tecapa. Esta zona del país ofrece maravillosos paisajes hacia la costa. Se puede encontrar fauna y flores muy propios de la región y se puede llegar a la Laguna de Alegría, a la que también se le llama "La Esmeralda de América" por sus bellos colores, que se deben a las emanaciones sulfurosas de su origen volcánico.

- **Bosque de Chagantique**

Es una de las zonas protegidas de El Salvador y el hábitat natural del mono araña, una especie en peligro de extinción. Está ubicado en el municipio de Jiquilisco. Su nombre en idioma náhuatl significa "Lugar de hermosos Manantiales".

- **Bahía de Jiquilisco**

Aquí se encuentran los manglares más grandes del país, donde existe abundancia de peces y es el hogar de cientos de aves exóticas; todo en un ambiente de sol y playa, mezclado con el delicioso y suave aroma a coco. Eso es la Bahía de Jiquilisco, uno de los ecosistemas marítimos más hermosos de El Salvador. Se encuentra ubicada en la zona costera del departamento de Usulután, en el municipio de Jiquilisco. Es la zona de manglar más grande y rica en recursos naturales de todo el país, donde se han identificado 54 especies de aves exóticas y curiosos reptiles como las masacuatas, boas, iguanas, tortugas y cocodrilos.

Es un exuberante paraíso natural costero, declarado como una importante reserva de la biosfera y hábitat de aves acuáticas por el convenio RAMSAR, relativo a los Humedales de Importancia Internacional.

- **Volcán de Tecapa y Laguna de Alegría**

En la Sierra de Chinameca se encuentra el Volcán Tecapa, en cuya cúspide se ubica una pequeña laguna crateriforme que reposa sobre mantos de azufre; a esta se le conoce como la Laguna de Alegría y es uno de los lugares más bellos del país. Posee fumarolas y fuentes termales, a las que se les atribuyen propiedades curativas por su alta concentración de azufre. Gracias a su belleza, la Laguna de Alegría fue bautizada como "La Esmeralda de América" por la poetisa chilena Gabriela Mistral, ganadora del premio Nobel.

- **Alegría**

La ciudad de alegría está ubicada en el departamento de Usulután, entre cerros, cafetales y el imponente volcán Tecapa, que cobija la ciudad con un clima fresco y agradable. Esta

ciudad es un punto turístico muy interesante, pues conjuga la belleza natural con sus paisajes y con la riqueza de su gente.

Desde sus calles se pueden observar los sencillos pero hermosos techos, decorados con una amplia variedad de flores de todos los colores. La mayoría de casas aún conservan la vieja estructura de barro y bahareque, lo que convierte a la ciudad en una pintoresca estampa de tierras salvadoreñas.

- **Berlín**

Es una ciudad con gran tradición cafetalera, ubicada a 700 metros sobre el nivel del mar, altura que le brinda al lugar fresco y agradable clima. Esta ciudad ofrece a sus visitantes una gran variedad de rutas turística, como las parcelas demostrativas, donde se siembran granos y hortalizas y estanques donde se practica el cultivo de tilapias y camarón.

Berlín ofrece también el Campo Geotérmico, cuyo principal atractivo lo constituye la generación de energía eléctrica mediante la transformación de la energía geotérmica, proceso que podrán explicarle los guías turísticos del lugar. En esta ciudad se pueden encontrar museos, piscinas termales, cafetería, senderos interpretativos, miradores y artesanías típicas berlineses tales como carpintería, puros, floristería, conservación de coco, cohetes de luces y de vara.

e. RUTA SOL Y PLAYA

Está compuesta por las mejores playas de El Salvador donde se puede disfrutar de la calidez de sus aguas, la práctica de diversos deportes y una amplia oferta de hoteles y restaurantes.

Conozca a continuación cuales playas conforman esta ruta turística:

- **La Bahía de Jiquilisco**

La Bahía de Jiquilisco es un área de manglares y bosques salados, refugio de aves como garzas y gaviotas. Las aguas de la bahía también son ideales para practicar deportes como ski, navegación y pesca.

La Bahía de Jiquilisco es un destino muy apreciado tanto para la observación de aves como para la práctica del eco-turismo. Es un área protegida de categoría internacional, un sitio Ramsar de suma importancia para la biodiversidad y el eco-sistema. La Bahía de Jiquilisco se ubica en el departamento de Usulután.

- **Playa El Palmarcito**

Excelente playa para practicar el surf o el body surfing, ubicada en Tamanique, La Libertad. Para los visitantes hay un club que es una excelente opción porque además del servicio de alimentación, ofrece alojamiento y cómodas instalaciones que cuentan con piscinas artificiales, toboganes, piscinas de agua salada contiguas al mar y miradores.

- **Golfo de Fonseca**

Entre las fronteras de El Salvador, Honduras y Nicaragua, el Océano Pacífico forma el Golfo de Fonseca, el cual fue descubierto en 1522 por el piloto mayor Gil González de Ávila, los aborígenes llamaban a esta entrada de agua “Chorotega”, pero su descubridor

español le dio el actual nombre en homenaje a Fray Juan Rodríguez de Fonseca, antiguo obispo de burgos y presidente del real y supremo consejo de indias.

Uno de los mejores puertos naturales del mundo, cubre una extensión de unos 3.200 km². Entre los puertos importantes se cuentan La Unión, en El Salvador; San Lorenzo, en Honduras; y Puerto Morazán, en Nicaragua.

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

Es la playa más extensa de El Salvador, con cerca de 15 km de extensión. Ubicada al sureste de San Salvador, la Costa del Sol ofrece la más variada infraestructura hotelera de playa. Este paraje conjuga la belleza del Estero Jaltepeque y las playas San Marcelino, los Blancos y la Costa del Sol, que son un codiciado escenario para presenciar increíbles puestas de sol.

A sólo una hora de la capital, este es uno de los destinos favoritos de los vacacionistas. La arena de estas playas posee un matiz grisáceo más claro que la mayoría de playas salvadoreñas. Los hoteles con el máximo confort, muy apropiados para celebrar congresos y seminarios con el valor agregado de ofrecer a los visitantes un ambiente relajado y decenas de actividades de esparcimiento.

Así mismo el Estero de es uno de los parajes más preciosos del territorio salvadoreño. Tiene una extensión lineal de 28 Km. Es una de las zonas protegidas del país, bello entorno muy propicio para la observación de flora y fauna. Posee ricos recursos naturales, variedad de aves costeras y diversidad de moluscos cuyo hábitat son las raíces de los manglares.

- **Playa Los Cóbanos**

A 85 Km de San Salvador en el municipio de Acajutla del Departamento de Sonsonate está ubicado Los Cóbanos, una bellísima playa de arena blanca formada de arrecifes y está protegida por restos de acantilados que funcionan como rompe olas. Considerado un excelente destino para los amantes del buceo, ya que cuenta con el arrecife rocoso más grande del Pacífico Norte; santuario de variadas especies marinas como el coral de color naranja y una gran variedad de peces exóticos.

En el área se encuentren dos naufragios de barcos de vapor y vela de finales de los años 1800. Por estar a sólo 35 pies de la superficie, son lugares favoritos para snorkeling y buceo de poca profundidad.

Los Cóbanos son un lugar de mucha riqueza, su gente, su comida, sus artesanías, sus playas de arena coralina, práctica de surf y remo, pesca deportiva con caña y los mejores lugares de buceo del país.

- **Playa El Sunzal**

Ubicada en el kilómetro 44 y medio de la carretera del Litoral. El Sunzal es parte del complejo de playas donde los surfistas se reúnen a retar la fuerza de las olas de estas enérgicas costas. Considerada por los medios especializados y los surfistas internacionales, como una de las 10 mejores playas del mundo para practicar el surf.

Además sus aguas resultan excelentes para el snorkiling y buceo a poca profundidad, especialmente en verano cuando se puede observar especies marinas en su hábitat natural.

Esta playa goza de un lecho marino que es rocoso donde se observa el hábitat de ostras, langostas, y otros crustáceos a plena luz del día, en especial en los meses de verano (de noviembre a abril).

Esta playa aloja una zona de restaurantes prestigiosos y también pequeños negocios que ofrecen servicios de alimentación con frescos mariscos, áreas de parqueo con vigilancia y hostales con servicios de alojamiento con otros atractivos.

- **Playa El Cuco**

Ubicada a 35 Kilómetros de San Miguel y a 175 Kilómetros de San Salvador, Playa El Cuco es una hermosa playa de arena negra y gentil oleaje, ideal para un día de descanso completo, compartir en familia y desconectarse de la rutina.

Playa El Cuco es una cosa muy popular y frecuentada por los salvadoreños y turista del extranjero que les gusta disfrutar de la tranquilidad de sus aguas, las extensas áreas de arena negra y para practicar deportes como el fútbol, vóleibol, jogging, entre otras. También la bondad de su oleaje permite la natación, el surf y pesca, entre otras alternativas.

Así mismo podrá disfrutar de una gran oferta gastronómica ofrecida por los restaurantes y pequeños comedores de la zona, con especialidades de marisco recién extraído del mar a precios accesibles.

- **Playa El Espino**

Ubicada a 156 kilómetros de San Salvador en el departamento de Usulután, La Playa El Espino es uno de los atractivos preferidos por los turistas ya que cuenta con más de 10 kilómetros de playas ininterrumpidas, parajes de arena gris rodeada de un entorno natural y rústicas estancias elaboradas de palmera.

Como parte de su atractivo, los pescadores lugareños ofrecen mariscos recién extraídos del mar a precios accesibles. Como parte de su oferta podrá decidirse por paseos en lancha hacia las islas cercanas, también la encantadora Bahía de Jiquilisco, entre otras. Este rincón de Usulután escenifica increíbles atardeceres, oleajes delicados y calidez en su gente que con gusto espera atenderle en su visita.

- **Playa Metalío**

La playa de Metalío ubicada en el departamento de Sonsonate, es una playa de arenas negras. Su proximidad con El Puerto de Acajutla le proporciona mucho dinamismo a su comercio y oferta de mariscos, por su ubicación es sitio perfecto para observar los bellos colores del atardecer ya que el sol se contempla sobre el mar al ocultarse en cualquier época del año, lo cual la hace un destino excelente para fotógrafos.

En ciertas zonas de Metalío podrás disfrutar de “Manglares” que son muy interesantes por las diferentes especies de aves marinas que viven entre los árboles. Esta playa cuenta con muchos restaurantes y pequeños hoteles donde podrá disfrutar de los mariscos más frescos y deliciosos.

- **Playa Barra de Santiago**

Situada en el departamento de Ahuachapán, con una ubicación que permite el contacto con el océano y el estero. Aquí los visitantes pueden disfrutar de frescos y variados frutos del mar.

Playas con bellos paisajes naturales, en sus aguas tranquilas puede navegar y observar en su entorno un bosque de manglares y aves exóticas, también en las noches puedes encontrar tortugas marinas anidando en la playa. Comprende una amplia y bien conservada extensión de manglar (aproximadamente 2,000 hectáreas) donde se pueden apreciar siete especies de mangle, una gran variedad de aves nativas y migratorias.

En “La Barra” como es conocido localmente este territorio, se encuentra una gran cantidad de vida silvestre. Ten tu cámara lista para capturar toda la fauna marina, iguanas, garrobos, lagartos, curiles, tortugas marinas, cocodrilos y cangrejos azules.

- **Playa El Zonte**

Ubicada en La Libertad es una de las playas favoritas de los surfistas, pues además de que es reconocida internacionalmente, en ella se realizan las pruebas para el ranking nacional. También se encuentra una escuela de surf que es dirigida por los deportistas del lugar, quienes participan constantemente en campeonatos internacionales. Esta playa es conocida por su ambiente bohemio. Tiene zonas rocosas con bellísimos paisajes.

El Zonte goza de tener gran variedad de actividades diurnas y nocturnas, batucadas y eventos deportivos exclusivos para el surf a escala nacional e internacional.

- **Playa La Paz**

Esta playa ubicada en el departamento de La Libertad resulta especialmente excitante para los aficionados al surfing. Aquí se desarrollan importantes campeonatos a nivel nacional y latinoamericano. Además el visitante encontrará abundante y variada oferta de servicios turísticos como restaurantes, alojamiento e instructores de surfing y kayaking.

- **Playa El Tunco**

A tan sólo 42 kilómetros de San Salvador, en el departamento de La Libertad, la playa El Tunco se ha convertido en uno de los destinos preferidos de la Ruta Sol y Playa, en especial de los que disfrutan de la vida nocturna y las mejores olas para surfear.

Su característica imagen, una impresionante formación rocosa frente a una bocana y rodeada de surfistas de todas partes del mundo, es cada día más popular. La playa es muy conocida por sus fiestas todos los fines de semana, con música en vivo de diferentes géneros: desde conciertos de rock, reggae y salsa. Así como por sus bares y restaurantes.

Aparte de su belleza, El Tunco también se ha convertido en un importante destino para los surfistas de todo el mundo. La mejor temporada para surfear es entre abril y agosto, cuando el oleaje es el adecuado.

- **Playa San Diego**

Es una amplia playa con más de 7 kilómetros de extensión. Su oleaje suave la hace ideal para deportes como jogging, voleibol, football de playa, así como para realizar caminatas o simplemente para tomar el sol.

Esta es una playa rodeada de ranchos privados pero el acceso a su costa es abierta a todo público. Dentro de esta zona podrá visitar el paradisíaco panorama que ofrece la Bocana de San Diego. Además podrá observar la actividad de los lugareños y pescadores en busca de mariscos entre los manglares. Desde este punto, podrá apreciar las montañas que rodean al departamento de La Libertad y el impresionante Volcán de San Vicente o Chinchontepec.

A su alrededor hay mucha oferta de servicios y lugares donde puede disfrutar de la variedad de cocteles que los lugareños ofrecen a los visitantes.

- **La Playa Amatecampo**

La playa Amatecampo pertenece a la cadena costera de San Luis Talpa en el departamento de La Paz esta playa está rodeada de ranchos privados especialmente para descanso familiar y aunque la zona es un poco remota es un perfecto lugar para descansar.

La playa Amatecampo está rodeado de pequeños establecimientos de comida muy económica y tiendas donde puede comprar bebidas para refrescarse un poco. Esta playa es ideal para el descanso familiar y una estancia placentera alejada de los ruidos de la ciudad y la rutina.

- **Playa Conchalio**

Entre los destinos que alberga la Ruta Sol y Playa en el litoral de La Libertad, Conchalío es una de las playas más populares entre el público. Está rodeada de un complejo residencial privado y otra parte abierta al público, con varias opciones de restaurantes que ofrecen el más fresco marisco en platos especializados a precios accesibles.

Conchalío es una excelente opción donde encontrará hoteles de primera con servicio de restaurantes, zonas de descanso, habitaciones, piscinas y otros servicios.

- **Puerto de La Libertad**

Antiguo puerto con mucha historia, lugar donde funcionó el primer puerto de la libertad en 1854, y ahora convertido en un moderno complejo turístico con mucha amenidad donde se celebran actividades artísticas, gastronómicas y deportivas en su anfiteatro.

Cuenta con un muelle artesanal donde se puede observar el zarpe y atraque de lanchas pesqueras y es una oportunidad para adquirir frescos productos del mar a su llegada, así mismo funcionan restaurantes, ventas de artesanías, cafeterías de comida típica, su playa es muy amigable, agradable temperatura de agua y superficie de arena bastante regular.

Fue fundado en 1824 fue anteriormente lugar de desembarco de Corsarios y Piratas. En 1869 se construyó el muelle de hierro para facilitar el comercio del añil y el café, con Europa y la Costa de EE.UU. Actualmente este muelle es uno de los lugares favoritos del turismo.

- **Puerto de Acajutla**

La historia del Puerto de Acajutla se remonta hace mucho tiempo, primero mencionaremos que el lugar llamado “Acajutla” se menciona en escritos que datan de la primera mitad del siglo XVI. Tiempo después, el puerto fue tomando forma y se fue modernizando, prueba de ello es que en 1787 se construyeron las primeras bodegas y casi 25 años después, específicamente en 1801 se construyó un muelle de madera gracias a un inversionista y comerciante llamado Juan Bautista Irisarri.

El Puerto de Acajutla es uno de los principales puertos de El Salvador, y uno de sus principales atractivos es el muelle artesanal que surgió para facilitar la pesca en la zona.

f. RUTA DE LAS FLORES

Agradable recorrido desde la ciudad de Sonsonate hasta Ahuachapán, que comprende 6 destinos: Salcoatitán, Nahuizalco, Juayúa, Apaneca, Concepción de Ataco y Ahuachapán. Todos ellos son lugares de belleza natural incomparable, de tradición cultural y donde se encuentra la más variada arquitectura, gastronomía y artesanías. A continuación una breve descripción de cada uno de los municipios que componen esta ruta turística:

- **Nahuizalco**

Pueblo de tradición indígena, ubicada a 70 km de San Salvador. Su nombre en idioma Náhuat significa "Los 4 Izalcos", ya que se dice fue fundada por cuatro familias del pueblo de Izalco.

Uno de sus atractivos es el mercado nocturno, que se ubica en el centro del pueblo. Así que pueden adquirir artesanías y artículos típicos así como comidas y bebidas propias del lugar. Además encontramos talleres donde se trabaja el mimbre, el tule (fibra natural) y la madera. Además de sus atractivos naturales como la cascada La Golondrina.

- **Salcoatitán**

Su nombre en idioma Náhuat significa "La ciudad de Quetzalcóatl", dios del viento y lucero de la aurora.

Salcoatitán es un pequeño pueblo cafetalero, cuyos principales atractivos son su iglesia colonial, ubicada frente al pintoresco parque central y su festival gastronómico ofertando su platillo estrella por el cual es muy conocido: “la yuca” además de los atoles, riguas, tamales, elotes locos, entre otros.

- **Juayúa**

Su nombre en Náhuat significa "Río de Orquídeas Moradas" Juayúa tiene un agradable clima, sitios de incomparable belleza natural y un festival gastronómico que se lleva a cabo todos los fin de semana frente a su iglesia, donde se venera al Cristo Negro.

Asimismo se puede disfrutar de sus interesantes tours de café. Uno de sus mayores atractivos naturales es la cascada Los Chorros de La Calera, a 2 km de la ciudad.

- **Apaneca**

Su nombre en Náhuat significa "Río de Vientos", y no está por gusto su nombre, ya que por ser la ciudad más alta de El Salvador es poseedor de un clima muy helado. Es una zona cafetalera por excelencia, donde se cultivan cafés de la más alta calidad los cuales se exporta a nivel mundial. Además posee parajes naturales muy hermosos como la Laguna Verde y la Laguna de las Ninfas entre otros atractivos.

- **Concepción de Ataco**

Fundado por tribus pipiles, se encuentra a 7 km de Apaneca, en dirección a Ahuachapán. Sus actividades económicas más importantes son el cultivo del café y la confección de textiles en telares manuales. Su nombre en Náhuat significa "Lugar de Elevados Manantiales".

Dentro de sus atractivos se encuentra su Iglesia en honor a la Inmaculada Concepción de María, mirador de la Cruz El Cielito Lindo, las Piscinas de Atzumpa, una amplia oferta de hoteles y restaurantes entre otros.

- **Ahuachapán**

Cabecera del departamento de Ahuachapán, cuenta con varios sitios naturales como Los Ausoles, Laguna el Espino, las Lagunas del Llano entre otros, cada uno llenos de aventura para el turista. Una de sus principales celebraciones es la de Los Farolitos, la cual se celebra año con año cada 07 de septiembre.

Al visitar este municipio se puede disfrutar de sus coloridos murales, la Iglesia de La Asunción de estilo colonial con más de 100 años de antigüedad, considerada una joya arquitectónica, la plaza mayor, una variedad de oferta hotelera y de restaurantes entre otras opciones.

8. PROGRAMA PUEBLOS VIVOS MULTIDESTINOS

El turismo en el salvador ha cambiado a tal punto que ya no solo se puede hablar de rutas turísticas también existen iniciativas de turismo como la de los pueblos vivos multidestinos.

El Ministerio de Turismo lanzó oficialmente el programa Pueblos Vivos Multidestinos para poder estimular el desarrollo de la oferta turística e incentivar el turismo interno en nuestro país.

Pueblos vivos Multidestinos cuenta 53 nuevos circuitos de los cuales turistas nacionales y extranjeros podrán disfrutar ya que incluye toda la riqueza de nuestro país y su objetivo es darlo a conocer y se realizará el próximo 12 y 13 de septiembre de 2015 en CIFCO.

El enfoque que se le ha dado a Pueblos Vivos "Producto Multidestino", busca fortalecer el diseño y posicionamiento de circuitos y rutas turísticas, bajo una nueva plataforma basada en cuatro pilares: turismo, innovación, conectividad y asociatividad.

Pueblos Vivos permitirá mostrar a los turistas los municipios organizados por circuitos, a fin de organizar las regiones como producto Multidestino, obteniendo un producto por zona: occidente, central y oriente

A continuación se presentan 9 de los 53 circuitos de los cuales son destinos imperdibles y llenos de mucha gastronomía y cultura, donde turistas nacionales y extranjeros disfrutaran de cada destino.

- **City Tour Circuito**

Zacatecoluca, San Juan Nonualco, San Rafael Obrajuelo, Santiago Nonualco y San Pedro Nonualco.

- **City Tour Circuito**

Nuevo Cuscatlán, Huizúcar, Zaragoza, San José Villanueva.

- **City Tour Circuito**

San Cayetano Istepeque, San Vicente y Apastepeque

- **City Tour Puerto**

El Triunfo, Jiquilisco, Usulután, San Dionisio y San Francisco Javier.

- **City Tour Circuito**

San Carlos, San Francisco Gotera, Sensembra, Yamabal y Guatajiagua.

- **City Tour Circuito**

Comasagua, Talnique, Jayaque, Sacacoyo y Colón.

- **City Tour Circuito**

Zacatecoluca, San Juan Nonualco, San Rafael Obrajuelo, Santiago

- **City Tour Circuito**

San Pedro Nonualco y Santa María Ostuma.

9. PLANES DEL GOBIERNO PARA DESARROLLO DEL TURISMO EN EL SALVADOR

a. PLAN NACIONAL DE TURISMO 2014 – 2020

Los planes de turismo existentes para El Salvador conocido comúnmente como Plan 2020 está ligado con el buen vivir ya que se representa una nueva manera de construir el presente del país para poder hacerle frente al futuro, y es un componente indispensable en el desarrollo de El Salvador, en ese sentido el turismo es parte del buen vivir ya que es un factor dinamizador de las economías donde se busca un equilibrio con la naturaleza las comunidades y los visitantes, donde todos salgan favorecidos.

El Plan Nacional de Turismo parte de 3 prioridades como son las siguientes:

1- El empleo con crecimiento sostenido.

2- Educación con inclusión social.

3- Seguridad ciudadana efectiva.

El Plan contiene ocho programas institucionales los cuales son denominados 8x8 con los cuales se pretende posicionar a El Salvador como un destino turístico sostenible, atractivo y competitivo, requiere de un trabajo coordinado entre sector público y privado, en diferentes acciones, programas y proyectos a continuación se mencionan los 8 programas que el Ministerio de Turismo a través de la Corporación Salvadoreña de Turismo y el Instituto Salvadoreño de Turismo implementaran durante el quinquenio 2014 – 2020.

- 1- Programa Pueblos Vivos
- 2- Pueblos Encantadores
- 3- Vive Tu País
- 4- Marca Destino
- 5- PROASITUR
- 6- INVERTUR
- 7- FORMATURES
- 8- Cielos Abiertos

El Plan de Gobierno además de contener los programas mencionados anteriormente también tiene proyectos complementarios los cuales son los siguientes:

- 1- Proyectos de Interés Turístico Nacional
- 2- Plan Trifinio
- 3- Cooperación Internacional
- 4- Relaciones Internacionales
- 5- Proyecto BID “Desarrollo Turístico de la Franja Costero Marina”
- 6- Parques Recreativos
- 7- Programa Internacional de MITUR

De los proyectos anteriores se detalla más a fondo el número 5 el cual es el Proyecto de Desarrollo Turístico de la Franja Costero Marina ya que en esta se involucra la Bahía de Jiquilisco.

b. PROYECTO DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA FRANJA COSTERO – MARINO

El Proyecto de Desarrollo Turístico de la Franja Costero Marina contempla cuatro componentes: Puesta en valor de atractivos turísticos, Emprendimiento local, Gobernanza Turística, Gestión ambiental.

La inversión de este proyecto será de \$25 millones, de los cuales \$11.62 millones se invertirán en el primer componente que busca potenciar los bienes públicos para incrementar la intensidad de visita y la estadía de los turistas en los departamentos de La Libertad y Usulután. Este incluye la construcción de La Plaza Marinera en el Puerto de La Libertad en la que se invertirá \$3.6 millones y la construcción del parque de aventuras Walter Deninger en el que se destinarán \$2.7 millones.

Además se fomentará el “emprendimiento local turístico” en La Libertad y Usulután, mejorando la calidad del servicio que ofrecen, también se pretende distribuir de forma más equitativa los beneficios que generan en la población local, para tal componente se tienen previsto invertir \$1.90 millones.

Por otra parte, al otro componente que es la “Gobernanza Turística”, se destinarán \$3.18 millones con el que se fortalecerá las capacidades de gestión turística a nivel nacional y local, y de forma articulada entre los actores en La Libertad y Usulután.

Para el de denominado: “Gestión Ambiental” se ejecutarán \$6.53 millones, que se destinarán para la conservación de los recursos naturales que son la base de la actividad turística en las zonas de intervención.

El resto de los fondos, equivalente a \$1.77 millones se utilizarán para la administración del programa que incluye una unidad coordinadora, auditoría y monitoreo y evaluación.

El Programa de Desarrollo Turístico de la Franja Costero Marina beneficiará a 268 mil personas, generará 3 mil 053 empleos formales en los municipios de intervención; Así mismo apoyará a 876 empresas turísticas, principalmente a las micro y pequeñas empresas.

10. PLANES DE DESARROLLO LOCAL

La Bahía de Jiquilisco es una zona en vías de desarrollo, lo cual se sustenta en proyectos y planes ejecutados en la zona como son:

a. PLAN PARTICIPATIVO DE DESARROLLO EN LA BAHÍA DE JIQUILISCO

El Plan de Desarrollo Rural Sostenible en el Ecosistema del Manglar de la Bahía de Jiquilisco, por un lado es parte del aporte que **FUNSALPRODESE** ha realizado a la zona a través de la articulación de diversos proyectos al proceso de desarrollo de Jiquilisco y por otra como resultado del proyecto Experiencias Piloto para el Desarrollo Rural Sostenible en la Bahía de Jiquilisco que la institución ejecuta en siete cantones de ese municipio: Puerto Avalos, Roquinte, Salinas El Potrero, Salinas de Sisiguayo, Salinas El Zamorano, La Canoa e Isla de Méndez.

Los componentes de este plan son dinamizar el desarrollo agropecuario, acuícola y eco turístico, pero se centra en la generación de capacidades de las mujeres y hombres, que son quienes tienen los conocimientos, las experiencias, y además son los sujetos sociales y económicos que deberán asumir un alto protagonismo en sus propios territorios, de manera que el desarrollo de la Bahía de Jiquilisco se nutra de las potencialidades internas, entre ellas de la cultura y de su vocación.

b. PLANES DE MANEJO REGIÓN HIDROGRÁFICA BAHÍA DE JIQUILISCO

El plan de manejo de la Región y las cuencas hidrográficas que están inmersas en la misma, en el contexto global, se conceptualiza como “Instrumentos directrices para ordenar las acciones que requiere una cuenca hidrográfica, para alcanzar un uso

sostenible de los recursos naturales”. El diseño del plan de manejo de cuencas, requiere de una formulación técnica, enfoque, luego definir el modelo que le corresponde y finalmente el proceso técnico y social para definir las actividades.

Objetivo

Impulsar el manejo ambiental de la Región para detener los procesos de deterioro de los ecosistemas e incentivar su desarrollo sostenible, utilizando correctamente las potencialidades y respetando las limitaciones que presentan los recursos naturales.

Horizonte del plan de manejo

Se propone, para la ejecución del plan de manejo un periodo entre 5 y 10 años, por considerar que demanda la implementación de acciones de mediano y largo plazo, relacionadas con cambios de aptitudes y comportamientos de las familias en su entorno ambiental, económico y social a nivel de la Región.

Este plan contiene diferentes programas, los cuales son:

- Programa de Desarrollo Económico Local
- Programa de Manejo de Recursos Naturales
- Programa de Infraestructura y Saneamiento Básico
- Programa de Fortalecimiento de las Capacidades Locales
- Programa de Gestión de Riesgos y Educación Ambiental

c. PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL CIRCUITO DE LA BAHÍA DE JIQUILISCO Y SIERRA TECAPA CHINAMECA

La propuesta para promover el desarrollo del turismo del circuito de la Bahía de Jiquilisco y Sierra Tecapa - Chinameca²⁸, se enraíza en la búsqueda del desarrollo local/ micro regional, la asociatividad municipal y el desarrollo sostenible.

Donde este involucra el Circuito Turístico de la Bahía de Jiquilisco y Sierra Tecapa las cuales son compuestas por:

- Isla de Mendez
- Isla Espiritu Santo
- Corral de Mulas I
- Corral de Mulas II
- Puerto El Triunfo
- Bosques de Chaguantique, El Tercio y Nancuchiname
- Alegria
- Jucuaran
- Playa El Espino
- Parque Recreativo Hacienda Nueva
- Isla San Sebastian

²⁸ A través de Sistema de Asesoría y Capacitación para el Desarrollo Local SACDEL, e impulsado por Asociación de Consejo Departamental de Alcaldes de la Unión ACDAU. Octubre 2004

- Puerto Parada
- Entre otros.

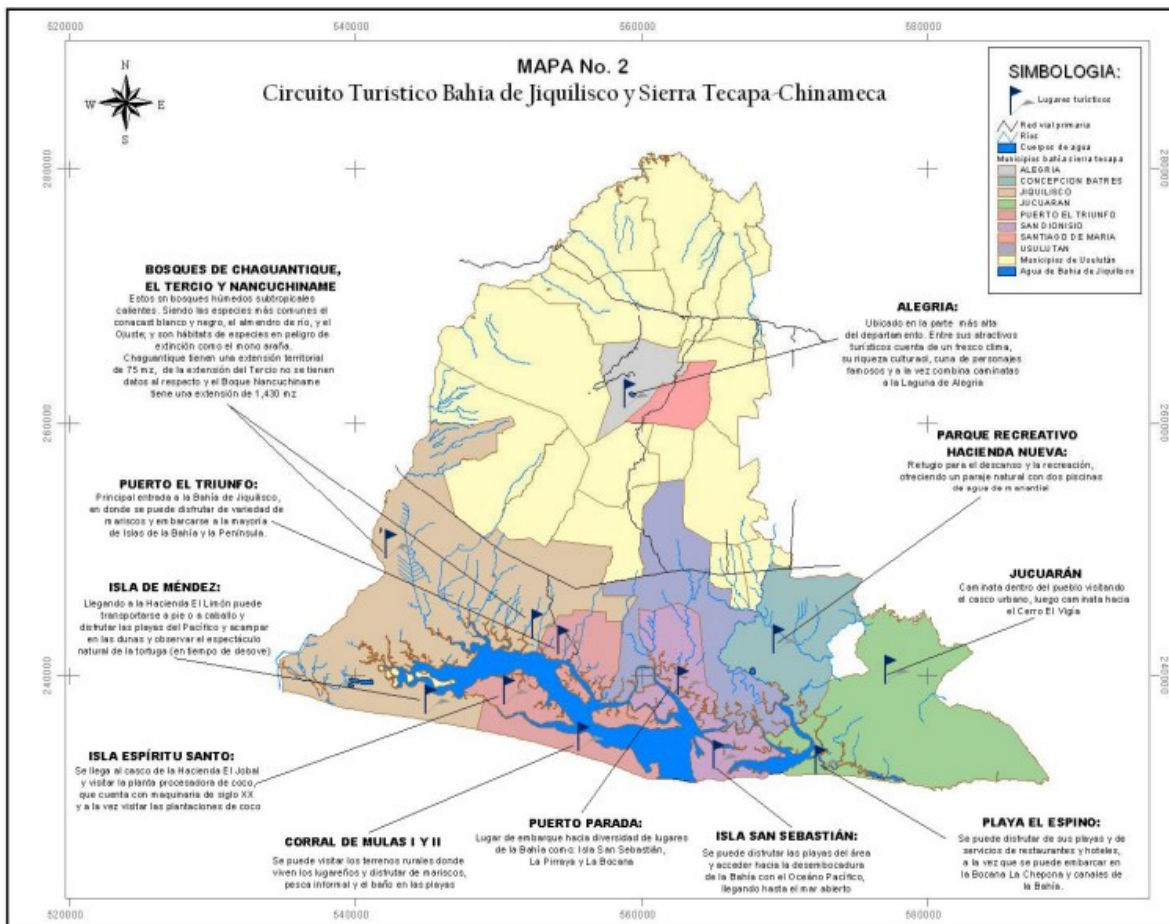


Ilustración 17 Circuito Bahía Sierra.

En este plan el Gobierno Local adopta un nuevo rol como promotor del desarrollo económico local, y a la vez toma la decisión de invertir fondos públicos en rubros y obras detonantes para el proyecto y el proceso.

Por varios meses han venido trabajando diversos sectores ciudadanos, institucionales y empresariales de ocho municipios usulutecos, encabezados por sus Concejos Municipales y acompañados por diferentes organismos entre ellos Consejo Departamental de Alcaldes - CDA, Sistema de Asesoría y Capacitación para el Desarrollo Local - Sacdel, y Comisión Nacional de Desarrollo - CND.

El proyecto / proceso, a su vez, es compartido y apoyado no sólo por sus beneficiarios directos y la municipalidad, sino por una concertación local amplia, comprometida con el desarrollo integral del municipio.

El avance práctico motivó en el 2003, por parte de Sacdel, el levantamiento del inventario de los recursos potenciales para el desarrollo turístico de todos los municipios del Departamento de Usulután.

11. CLASIFICACIONES DEL TURISMO

A continuación se presentan las diferentes formas de turismo que se pueden tener y en que consiste cada uno de ellos:

a. FORMAS DE TURISMO

Existen tres formas fundamentales de turismo: el turismo interno, turismo receptor y turismo emisor. Estas pueden combinarse de diferentes modos para dar lugar a las siguientes otras formas de turismo: turismo interior, turismo nacional y turismo internacional.

- **Turismo emisor**

El turismo emisor abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno.

- **Turismo interior**

El turismo interior engloba el turismo interno y el turismo receptor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales.

- **Turismo internacional**

El turismo internacional incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores.

- **Turismo interno**

El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor.

b. CLASIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

La actividad turística tiene diversas clasificaciones entre ellas esta según el el tipo de desplazamiento, la modalidad incluso su clasificación vinculándolo directamente al ecoturismo.

I. Según el tipo de desplazamiento

Esta clasificación responde a la ubicación geográfica del destino visitado y lugar de residencia del visitante.

- **Turismo receptivo o receptor:** Es el que realizan los extranjeros o no residentes, de un país determinado a otro denominado destino. Desde el punto de vista

económico su desarrollo repercute directamente en la inversión, el empleo y la generación de divisas para nuestro país.

- **Turismo interno o doméstico:** Es el que realizan los residentes de un país al interior del mismo. Esta clasificación se encuadra dentro del campo de acción de turismo educativo.
- **Turismo agresivo o emisor:** Es el que realizan los nacionales o residentes de nuestro país al visitar países extranjeros.

m. Según la modalidad

Esta clasificación responde a la actividad desarrollada por el visitante y puede dividirse en dos grandes grupos:

- **Turismo convencional:** Es la práctica organizada y tradicional de desarrollar turismo. Los programas son predeterminados por una agencia de viajes y turismo y los servicios integrales como el alojamiento, el transporte, la alimentación y excursiones son convencionales.
- **Turismo no convencional:** Se le denomina a la práctica no tradicional del turismo y tiene un carácter especializado. Por ejemplo, las caminatas, el canotaje, la observación de la naturaleza y las visitas que necesiten de accesos y servicios no convencionales.

Turismo no convencional

Turismo de aventura abarca las siguientes clases:

- **Turismo de aventura suave o soft:** comprende actividades de un nivel básico y aprovecha normalmente los recursos físico-recreacionales. A este tipo de turismo pueden acceder personas que no conocen a profundidad las actividades.
Caminata o trekking.
Canotaje en aguas de corrientes suaves.
Kayac en aguas de corrientes suaves.
Montañismo.
Cabalgatas.
- **Turismo de aventura fuerte o hard:** es desarrollado por personas que conocen a profundidad estas actividades, pues suponen algunos riesgos.
Puenting.
Ala delta.
Espeleología.
Canotaje, Kayac, montañismo en lugares de alto riesgo.
- **Turismo de naturaleza:** se desarrolla en zonas naturales. Existen las de interés específico y las que buscan beneficios personales de la relación con el entorno natural.

Ecoturismo: Es el turismo de naturaleza que promueve los rasgos biológicos y físicos de la naturaleza, la conservación del entorno natural y la gestión sostenible

de los recursos. Comprende la observación de la naturaleza, en busca de una visión general del paisaje y la biodiversidad de lugares turísticos, como también el interés científico, que permite el estudio de la flora y fauna a profesionales en la materia.

- **Turismo rural:** El turismo rural comprende toda actividad turística o de recreación, que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible, dirigida principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan alejarse de la rutina y el bullicio de las mismas, a través de unas vacaciones en el campo, en contacto con los habitantes de la localidad y la naturaleza.
- **Turismo místico o religioso:** se refiere a la corriente de viajeros con motivaciones estrictamente religiosas.

c. CLASIFICACIÓN DEL TURISMO VINCULADO AL ECOTURISMO

- **Agroturismo:** turismo cuya finalidad es mostrar y explicar el proceso de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustriales.
- **Etnoturismo:** modalidad turística que está orientada al conocimiento de las tradiciones y costumbres locales, así como también el desarrollo de actividades de intercambio cultural con habitantes originarios de las áreas visitadas.
- **Turismo rural comunitario:** Turismo que se desarrolla en áreas rurales con familias, cooperativas, asociaciones de desarrollo comunal, grupos indígenas y otras organizaciones de tipo colectivo de las comunidades que manejan la actividad turística, planificando, gestionando y cuidando los recursos naturales e históricos que sirve de atractivo en sus territorios.

Otras modalidades de turismo que muchas veces están ligadas al ecoturismo o al turismo rural:

Turismo de Sol y playa: Turismo que se da en localidades costeras en las cuales se encuentran las playas.

- **Tipos de Turistas**

Cabe destacar que no todos los turistas tienen las mismas características u objetivos. A grandes rasgos pueden ser definidos cuatro grandes grupos.

El primero está compuesto por los sectores populares. Están constituidos por trabajadores asalariados. Se considera que en nuestro país el fomento para el turismo de estos sectores comenzó en la década de los cuarenta. Muchas veces obtiene beneficios por parte del estado u otras instituciones en las que trabajan. Suelen ser viajes más bien cortos, con fines exclusivamente vacacionales. No suele haber agencias de viajes de por medio, son realizados por cuenta propia. Muchas veces son utilizados alojamientos creados por el estado y no suelen variar el lugar de su estadía.

El segundo grupo está compuesto por personas pertenecientes a la clase media, es decir trabajadores estatales, profesionales y empleados de altas categorías. Generalmente

suelen movilizarse por medios propios, en tiempos de vacaciones. Utilizan gran parte de sus ahorros en servicios de buena calidad. Los lugares visitados suelen ser turísticos y las estancias se caracterizan por ser breves.

El tercer grupo está compuesto por los miembros de las clases más altas. Como son sectores con medios necesarios muchas veces no se limitan a sus países de origen. Además sus estadías suelen ser prolongadas y diariamente realizan muchos gastos. Suelen utilizar diversos servicios como tours que incluyen guías o traductores en caso de no conocer el idioma. Este tipo de viajes suele estar organizados por agencias de turismo. Los medios de transportes que utilizan los miembros de este grupo suelen ser veloces.

El cuarto grupo está compuesto por jóvenes, en su gran mayoría estudiantes. Es para estos turistas que muchas veces son diseñados otros lugares para la estadía tales como, hoteles, albergues, etc. Incluso muchos jóvenes optan por utilizar los campings. Además en ciertos países disfrutan de privilegios en cuanto al precio de los medios de transporte o en la comida. Estos viajes suelen ser muy económicos y muchos optan por la espontaneidad. Es decir que no tienen un destino fijo sino que cambian rápidamente su lugar de estadía. Es por ello que no son utilizadas ni agencias ni guías turísticas.

12. TERMINOLOGÍA DE TURISMO

- **Viajero o Turista**

Es cualquier persona que viaje de un lado a otro por menos de 12 meses consecutivos y que no pretende ejercer actividades remuneradas en el lugar que visita.

- **Tipos de Visitante o Turistas**

El internacional: es aquel visitante que viaja a un país distinto al de su residencia.

El doméstico: es el que viaja sin salir del país en el que reside.

- **Motivos por los que viajan los visitantes o Turistas**

- 1- Ocio, diversión y vacaciones
- 2- Visita de amigos o familiares
- 3- Negocios
- 4- Salud
- 5- Religión y peregrinación
- 6- Otros.

- **Excursionista (o visitante del día)**

Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario.

- **Gasto Turístico**

Es el gasto de consumo total hecho por un visitante para su viaje y durante su estadía en un lugar. El gasto turístico puede ser interno e internacional.

- **Región Turística**

Porción de territorio determinada por caracteres étnicos o circunstancias especiales de clima, producción, topografía, administración, gobierno, etc.

- **Zona Turística**

Territorio donde se ofertan diversos productos turísticos, en diferentes destinos, que agrupan a 3 tipos de organizaciones turísticas: empresariales, territoriales e institucionales. Deben abarcar al menos 10 atractivos que se encuentren relativamente próximos, sin importar su tipo y categoría.

- **Área Turística**

Están contenidas en las zonas turísticas, pero en su conjunto debe estar contemplado al menos un centro turístico y estar dotado de infraestructura mínima.

- **Destino Turístico**

Territorio delimitado por el turista, donde se oferta un producto turístico en diferentes sitios y agrupa 3 tipos de organizaciones turísticas: empresariales, territoriales e institucionales.

- **Centro Turístico**

Espacio que cuenta con su propio territorio y atractivos turísticos de tipo y jerarquía para motivar un viaje.

- **Cuenta satélite de turismo (CST)**

La Cuenta Satélite de Turismo es una herramienta estadística para el cálculo económico del turismo, la CST puede verse como un conjunto de 10 tablas de resumen, cada una con sus datos de base y cada una representando un aspecto diferente de los datos económicos relativos al turismo:

- El gasto del turismo receptor.
- Turismo interno y emisor ,
- Los gastos del turismo interior.
- Las cuentas de producción de las industrias turísticas.
- El Valor Añadido Bruto (VAB)
- El Producto Interno Bruto (PIB) atribuible a la demanda turística, el empleo, la inversión, el consumo del estado.
- Los indicadores no monetarios.

C. MARCO INSTITUCIONAL

A inicios de los años sesenta se mejora notablemente la planificación para promover las actividades turísticas en el país con la creación del Instituto Salvadoreño de Turismo – ISTU- y se proyecta hacia la recepción de turística internacionales. También el turismo se expande en el país con la modernización del transporte, la infraestructura vial, la modernización del Aeropuerto de Ilopango y el aumento de los vuelos hacia el país.

1. EL INSTITUTO SALVADOREÑO DE TURISMO – ISTU

El ISTU se crea en el año 1961 con el objetivo general de satisfacer de forma integral las necesidades recreativas de la población. Para ello asume como función principal la promoción y ejecución de la política y el plan nacional de recreación familiar y social con la finalidad última de promover la unión familiar, como base fundamental de la sociedad.

El concreto el ISTU es la institución encargada de administración los centros recreativos de su propiedad: 3 parques naturales: Walter T. Deninger, Balboa y Puerta del Diablo, Cerro Verde; y 11 parques acuáticos, Ichanmiche, Apulo, Costa del Sol, Laguna de Apastepeque, Toma de Quezaltepeque, Altos de la Cueva, Atecozol, Sihuatehuacan, Los Chorros, Agua Fría, Amapulapa.

A mediados de los noventa, se hace necesaria una nueva institución con el propósito de retomar el desarrollo del turismo como una opción económica generadora de divisas y de empleos dentro de la estrategia de desarrollo económico nacional. El 25 de julio de 1996, fue creada por Decreto Legislativo número 719, la Corporación Salvadoreña de Turismo – CORSATUR-.

2. CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO

La creación de CORSATUR, responde a la necesidad de concebir un ente cuya finalidad fuera, principalmente, la promoción de los sitios más atractivos del país y el fomento de la inversión nacional y extranjera. Esta institución fue creada como una entidad autónoma con la personalidad jurídica y patrimonio propio, con plenas facultades para ejercer derechos y contraer obligaciones, así como la facultad para realizar su gestión administrativa con absoluta independencia, atendiéndose a las decisiones de la Junta Directiva. Para reforzar sus acciones y logros, CORSATUR logra en 2013 la certificación de la calidad ISO 9001:2008, de la Asociación de Normalización y Certificación (AENOR).

CORSATUR funciona bajo la dirección de una Junta Directiva, en la que convergen el sector público y el sector privado. El sector público está representado por el titular de la cartera de Turismo, por un representante del Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales –MARN-, así como un representante de la Secretaria de Cultura de la Presidencia de la Republica.

El sector privado por su parte, está representado por cuatro Directores bajo el nombramiento del Presidente de la Republica, que son elegidos de entre los candidatos propuestos por las asociaciones empresariales privadas relacionadas con el sector turismo, integradas en la asociación de mayor representación empresarial.

Algunos de los componentes esenciales de la gobernanza en el sector turístico constituyen la normativa propia del sector turístico las instituciones, la interconexión de procesos que involucran a diferentes actores públicos de la Junta Directiva que busca la gestión adecuada de visiones complementarias. Por último, hay que subrayar la participación local, que es el fundamento nuclear de la estrategia transversal PUEBLOS VIVOS que busca convertir las localidades en destinos turísticos atractivos y ordenados gracias a la promoción y estimulación de la participación de la comunidad, beneficiando el desarrollo de la economía nacional y a su población.

CORSATUR ha sido el brazo ejecutor de la política de Ministerio de Turismo y ha sido la institución encargada de la gestión del programa PUEBLOS VIVOS, liderada en un inicio por la Gerencia Territorial, posteriormente denominada Gerencia de Turismo Interno.

3. MINISTERIO DE TURISMO (MITUR)

El Ministerio de Turismo –MITUR–, fue creado mediante el Decreto Legislativo N° 889 de fecha de 10 de diciembre de 2005, publicado en el Diario Oficial N° 237, Tomo N° 369, de 20 de diciembre de ese mismo año. La Ley de Turismo se promulgo con el objeto de fomentar y regular los servicios turísticos en el país, prestados por personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras.

El Ministerio de Turismo trabaja en la promoción y desarrollo del turismo sostenible, iniciando con una estrategia combinada entre el turismo Internacional, bajo la sombra de la marca “EL SALVADOR IMPRESIONANTE” y del turismo interno, bajo la marca de “PUEBLOS VIVOS”, con la finalidad de influir en las prácticas y costumbres de Salvadoreños y Salvadoreñas para hacer turismo en su país y asentar las condiciones mínimas de imagen-país, tanto en mercados regionales como internacionales con los territorios y los actores del turismo de Pueblos Vivos en la mejora de la calidad de los servicios hacia los visitantes con requerimientos de estándares de atención mundial.

El Ministerio de Turismo promueve el turismo como una actividad económica de primera magnitud, reconociendo que este sector es un medio estratégico para contribuir de manera efectiva al cumplimiento de las metas y objetivos planteados por el Gobierno de El Salvador reconociendo este rubro como un sector que contribuyen a la generación de empleos, a la reducción de la pobreza, y a mitigar los flujos migratorios.

En este sentido se impulsan acciones orientadas a posicionar la marca del país, la captura de mercados internacionales mediante la cultura, costumbres y tradiciones de El Salvador incorporando el eje estratégico integrador de “Pueblos Vivos”, para convertir a cada municipio con potencial turístico, en un destino altamente competitivo y en un polo de desarrollo.

El propósito de estas acciones es consolidar el sector turístico nacional buscando mejorar su competitividad, interviniendo, mediante estímulos y apoyos que van desde la construcción de infraestructura hasta la concesión de ayudas a las empresas turísticas a fin de que desempeñan un importante papel para que la economía crezca y se desarrolle.

El Ministerio de Turismo se constituye en el canal oficial y valido para que CORSATUR se relacione con otras entidades del sector público como el Ministerio de Hacienda para la ejecución presupuestaria y demás entidades según corresponda.

4. COORDINACIÓN INTERINSTITUCIONAL

En el 2011, se firma un Convenio Marco de Cooperación Interinstitucional entre el Ministerio de Turismo, la Cooperación Salvadoreña de Turismo y el Instituto Salvadoreño de Turismo, con la finalidad de mejorar la coordinación inter institucional entre las tres instituciones, así como para aunar esfuerzos y recursos y recursos físicos y financieros. En el grafico siguiente se puede apreciar los mandatos de cada entidad, Su punto de interacción es la de resaltar las potencialidades del turismo para mejorar el territorio y la coordinación de los tres entes nacionales especializados en turismo.

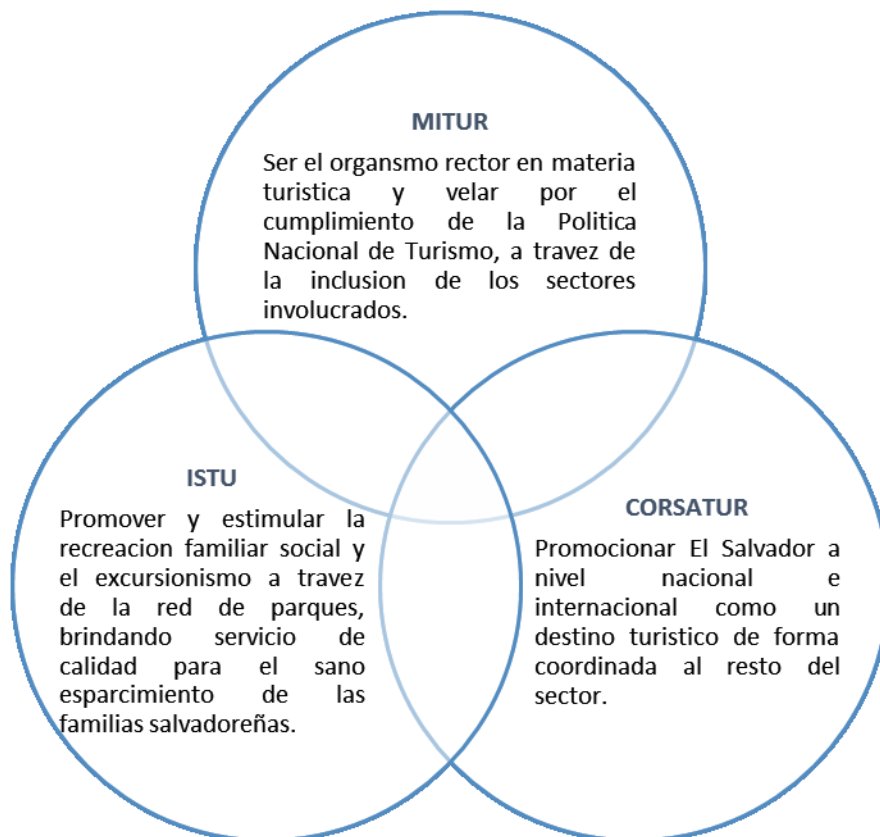


Diagrama 4 Coordinación Interinstitucional

En el marco del citado acuerdo de cooperación, y siempre bajo las directrices del programa PUEBLOS VIVOS, tanto MITUR como CORSATUR e ISTU, han brindado mucho apoyo a los municipios mediante los siguientes componentes estratégicos:

1. Participación ciudadana e inclusión social.
2. Reactivación del turismo interno.
3. Desarrollo de rutas y productos turísticos.
4. Señalización turística.
5. Mejoramiento de la imagen e infraestructura.

6. Promoción, transparencia y ética.
7. Comercialización y ferias de turismo.
8. Inversión en capital humano por medio de capacitaciones y asistencias técnicas.

D. MARCO LEGAL

1. LEY DE TURISMO EN EL SALVADOR

Esta ley está regida por el Ministerio de Turismo, institución que vela porque esta ley se cumpla. Dicha ley cual fue creada bajo el decreto legislativo N. 899 el 10 de Diciembre de 2005. Esta Ley consta de 10 Capítulos y 41 artículos en los que se describe el interés y el apoyo que el Gobierno de El Salvador se encarga de promover al desarrollo económico y social del país a través del sector turismo y de sus diferentes elementos que aportan a ese mismo objetivo. Tiene por objeto desarrollar las disposiciones contenidas en la Ley de Turismo y contribuir a ejecutar esta actividad dentro del territorio nacional.

Los incentivos y beneficios establecidos en la Ley de Turismo están dirigidos a promover el desarrollo turístico del país, los cuales son los siguientes:

Según el Art. 21 de la Ley de Turismo:

Toda persona natural o jurídica y sus empresas turísticas inscritas en el Registro podrán gozar de los beneficios generales que a continuación se señalan:

- a) Inclusión en el catálogo de la oferta turística de El Salvador que al efecto prepare CORSATUR.
- b) Información y respaldo de la Secretaría de Estado ante las diversas oficinas gubernamentales, cuando el interés turístico nacional lo amerite.
- c) Apoyo de la Secretaría de Estado cuando sea solicitado por gremiales del sector y sea en beneficio del sector turístico nacional.
- d) Participación en candidaturas para el otorgamiento de premios y reconocimientos de la industria turística que sean realizados por la Secretaría de Estado.
- e) Apoyo a las entidades y organismos gubernamentales o privados en la creación de parques nacionales o áreas naturales protegidas, cuando ello tenga verdadero alcance turístico.

Además esta legislación señala que, con una inversión mínima de USD 25,000, una empresa puede calificar para ser declarada proyecto turístico de interés nacional y optar por los siguientes beneficios:

- Exención total del impuesto sobre transferencia de bienes raíces para la adquisición de los inmuebles que serán destinados al proyecto.
- Exención de derechos arancelarios a la importación de bienes, equipos y accesorios, maquinaria, vehículos, aeronaves o embarcaciones para cabotaje y los materiales de construcción para las edificaciones hasta la finalización del proyecto.
- Exención total del impuesto sobre la renta por un período de 10 años.
- Exención parcial de impuestos municipales (hasta 50%) por un período de 5 años, a partir del año fiscal en que el negocio inicie operaciones.

2. LEY NACIONAL DE MEDIO AMBIENTE

Esta ley está regida por el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, la cual está encargada del cumplimiento de la misma.

Esta ley tiene como objeto la protección, conservación y recuperación del medio ambiente; el uso sostenible de los recursos naturales que permitan mejorar la calidad de vida de las presentes y futuras generaciones; así como también, normar la gestión ambiental, pública y privada y la protección ambiental como obligación básica del Estado, los municipios y los habitantes en general; y asegurar la aplicación de los tratados o convenios internacionales celebrados por El Salvador en esta materia.

La Bahía de Jiquilisco es una reserva natural con abundante flora y fauna, la cual debe ser conservada es por ello que esta ley protege estos recursos así como el uso adecuado de estos.

3. LEY DE ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS

Esta ley está regida por el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, la cual está encargada del cumplimiento de la misma.

Ley tiene por objeto regular el establecimiento del régimen legal, administración, manejo e incremento de las Áreas Naturales Protegidas, con el fin de conservar la diversidad biológica, asegurar el funcionamiento de los procesos ecológicos esenciales y garantizar la perpetuidad de los sistemas naturales, a través de un manejo sostenible para beneficio de los habitantes del país.

Es aplicable en todo el territorio nacional, especialmente en las Áreas Naturales Protegidas, además legisla el manejo y desarrollo de las áreas naturales protegidas que forman parte del Patrimonio Natural del país.

La Bahía de Jiquilisco es una reserva natural protegida, en la cual la sobre explotación de ciertas actividades humanas es restringida y limitada por la Ley de Área Protegidas, y de esta manera conservar la biodiversidad biológica de la zona.

4. LEY DE LA CORPORACIÓN SALVADOREÑA DE TURISMO

La Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR) es la encargada del cumplimiento de esta ley, además la ley tiene como finalidad el desarrollo del sector turismo, a través de las siguientes actividades:

- a) La promoción de los atractivos turísticos de nuestro país en el extranjero;
- b) Llevar el Registro Nacional de Turismo, tanto de titulares de empresas turísticas como de los incentivos legales otorgados a dichas empresas.
- c) Llevar un censo estadístico actualizado, conteniendo información sobre el inventario de atractivos e infraestructura nacional de la actividad turística y otra información de interés sobre el turismo interno e internacional.

- d) Promover la privatización de las empresas y bienes inmuebles que se le adjudiquen por Ministerio de Ley, donación o cualquier otro medio lícito, cuando ello fuere de beneficio para nuestro país;
- e) Fomentar la integración y funcionamiento de comités de desarrollo turístico, regionales, departamentales y municipales.

5. POLÍTICA NACIONAL DE TURISMO

El Ministerio de Turismo, como institución posee lo que es una Política Nacional la cual brindan ciertos requisitos, en materia de actividad turística en el país. La cual sirve como guía a las que contribuyan a las comunidades locales.

La Política Nacional de Turismo establece las pautas para que la actividad turística en la República de El Salvador sea un punto de encuentro para todas y todos los salvadoreños, residentes o no en el país; y que a su vez, logre convocar a ciudadanos de otros países a encontrarse y vincularse con la cultura, las costumbres y tradiciones del país, así como con el entorno salvadoreño.

Tiene como objetivo posicionar al turismo como prioridad nacional en función de su potencial para coadyuvar a resolver los grandes retos del país y articular y orientar a los actores que participan en el desarrollo del turismo para mejorar la eficiencia y efectividad de los esfuerzos y recursos que se invierten en la actividad.

6. NORMAS TÉCNICAS SALVADOREÑAS (NTS)

El Organismo Salvadoreño de Normalización, el cual pertenece al Consejo Nacional de la Calidad, como institución contribuye a las organizaciones, brindándoles servicios de normalización, evaluación y formación en lo que son las Normas Técnicas Salvadoreñas (NTS).

Las Normas Técnicas Salvadoreña del área de turismo, son 16:

- NTS 01.00.13:15: Servicios turísticos. Hoteles y otros tipos de alojamientos turísticos. Terminología.
- **NTS 03.44.01:12:** Norma de calidad turística de servicios e instalaciones para pequeños y medianos hoteles, hostales y apartahoteles.
- NTS 03.44.02:12: Terminología de los establecimientos de alojamiento turístico.
- NTS 03.44.03:12: Categorización de hoteles por estrellas.
- NTS 03.54.01:12: Operadores de turismo. Especificaciones para la prestación del servicio.
- NTS 03.55.01:12: Guías de turismo. Especificaciones para el desempeño.
- NTS 03.56.01:12: Restaurantes y establecimientos gastronómicos similares. Especificaciones para la prestación del servicio.

- NTS 03.57.01:12: Turismo de aventura. Rafting. Requisitos para la prestación del servicio.
- NTS 03.58.01:12: Turismo de aventura. Canopy, tirolesa y arborismo. Requisitos para la prestación del servicio.
- NTS 03.59.01:12: Turismo de aventura. Canotaje. Requisitos para la prestación del servicio.
- NTS 03.61.01:12: Artesanías. Buenas Prácticas Ambientales.
- NTS 03.67.01:12: Turismo. Buenas Prácticas de Sostenibilidad. Especificaciones.
- NTS 03.84.01:14: Turismo aventura. Requisitos de prestación del servicio de guía/instructor de deslizamiento sobre olas (surfing, bodyboard, kneeboard, stand up paddle y similares).
- NTS 03.70.01:15: Turismo Rural. Alojamiento. Especificaciones.
- NTS 03.75.01:15: Turismo aventura. Actividades de Rapel. Requisitos para la operación.
- NTS 03.76.01:15: Turismo. Centros Recreativos Acuáticos. Requisitos para la operación y prestación del servicio.



Ilustración 18 Marca Pais El Salvador 2017

CAPITULO II

INVESTIGACION DE LA REALIDAD DEL ENTORNO DE LA PUNTA SAN JUAN DEL GOZO



CAPITULO II INVESTIGACION DE LA REALIDAD DEL ENTORNO DE LA PUNTA SAN JUAN DEL GOZO

En este capítulo se recolectara toda la información concerniente a la Bahía de Jiquilisco así como la información respecto a la Cooperativa Punta Real quienes son los entes interesados en Desarrollar la Punta San Juan del Gozo, posteriormente se presenta el levantamiento del inventario turístico, además de presentar el levantamiento del inventario de la Planta Turística que ya se posee en la Zona de Punta San Juan donde la recolección de la información servirá para realizar posteriormente el diagnostico en el capítulo 4 de esta documento.



Diagrama 9 Abordaje de la Investigación del Entorno

A. DESCRIPCION DE LA BAHIA DE JIQUILISCO

En este capítulo se comenzara la investigación de la Bahía de Jiquilisco en general para luego abordar la zona de estudio la cual es la Punta San Juan del Gozo.

Posteriormente se aplicara la metodología que existe para realizar levantamientos de recursos con potencial turístico asimismo el inventario de la planta turística ya existente en Punta San Juan del Gozo.

1. TERRITORIO BAHÍA DE JIQUILISCO

La Bahía de Jiquilisco constituye la mayor extensión de agua salobre y bosque salado de El Salvador, formada por numerosos esteros y canales, barras de arena y playas, un numeroso conjunto de islas de diverso tamaño, un complejo lagunar de agua dulce y bosques estacionalmente saturados conectados con el manglar. Constituye el hábitat de la gran mayoría de aves marino-costeras del país, así como el único sitio de anidación para algunas de ellas.

2. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS

Geología y geomorfología: se encuentra situada en la llanura aluvial costera. La topografía es plana o poco ondulada. Las formaciones geológicas presentes en la zona de estudio son las siguientes: playas, barra costera con nivel antiguo de costa; depósito de estuario con o sin manglar.

- **Tipo de suelos:**

Son suelos de transporte reciente sin desarrollo todavía o muy poco desarrollados contextura media, por lo general. Suelos con un alto potencial agrícola. Los suelos indicados en segundo lugar, corresponden a la planicie costera con salinidad variable. Suelen ser suelos relativamente recientes sin ningún desarrollo. Su textura varía de fina a gruesa con predominio de la arenosa. Debido a la salinidad su uso agrícola es limitado pues se corresponde con el área de manglar, aunque la agricultura, en algunas zonas, se puede dar en los suelos aluviales con rendimientos medios a altos.

- **Calidad del agua:**

No se tienen datos actuales concretos de calidad del agua en la Bahía de Jiquilisco, pero ninguno de los municipios cuenta con sistemas de tratamiento de aguas negras y servidas, depositándolas a los ríos o directamente a la bahía. Los ríos que desembocan en la Bahía llevan contaminación por vertidos de aguas negras domésticas y vertidos por las diferentes actividades industriales y agrícolas desarrolladas a lo largo de su cauce. Uno de los ríos más contaminados del país es el río Grande de San Miguel.

La salinidad es casi igual desde las bocanas hasta casi los 21 Km dentro de la bahía (Ref .26). La salinidad mínima registrada fue de 22% en el mes de octubre y la máxima de 36% en mayo, registrado en el año 2003.

La temperatura del agua es más o menos constante manteniéndose alrededor de los 30 °C. Los valores promedios de pH son de 8.1, es decir ligeramente básico.

- **Clima**

Los datos climáticos corresponden a los registros recogidos en tres estaciones meteorológicas situadas en el área: Puerto Parada, San Juan del Gozo, Puerto El Triunfo. La época de lluvias está más o menos bien definida con dos máximos en los meses de junio y septiembre, existiendo normalmente una canícula a finales de julio.

3. CARACTERÍSTICAS ECOLÓGICAS GENERALES

Se encuentra formando parte del Gran Paisaje de la Planicie Costera, subunidad de Usulután y del Gran Paisaje de la Cadena Costera, subunidad Macizo de Jucuaran dentro de la zona de vida Bosque Húmedo Subtropical Caliente.

- **Flora**

Formaciones de manglar: las especies que conforman el manglar de Jiquilisco son el “mangle colorado”, “mangle rojo”, “madresal”, “botoncillo” e “istaten”.

En los bosques estacionalmente saturados destaca el mangle de agua dulce, especie amenazada. En la vegetación abierta predominantemente decidua con árboles y arbustos de costa o playa, destacan el papaturro, ojo de venado, mongollano y carbón.

En la vegetación cerrada principalmente siempre verde tropical ombrofila riparia se encuentran diversas especies de Ficus sp., “hule”, “iscanal”, “aguijote”, “huesito” “huiscoyol”, que se ven amenazadas por la presión que se ejerce sobre este ecosistema.

- **Fauna**

Las especies más representativas de la Bahía de Jiquilisco son:

Tres especies de bivalvos del género Anadara: curil, concha negra y casco de burro, con un claro valor comercial.

También se encuentra el Cangrejo Punche y 12 especies de anfibios reportadas para esta área, una se encuentra amenazada: Hylarobertmertensi.

En las playas de la península de San Juan del Gozo, Isla San Sebastián, Isla Madresal y El Espino se ha confirmado el anidamiento de tortuga verde, tortuga carey, tortuga golfina y tortuga baule. Todas ellas consideradas en peligro de extinción.

La Bahía de Jiquilisco sirve como refugio de dos especies de Crocodylia catalogados como en peligro de extinción en el país: el cocodrilo americano y el caimán. Hay que destacar la presencia como especie introducida del Alligator mississippiensis. En el Islote El Bajón (frente Isla de San Sebastián) se ha identificado la única colonia para Centroamérica del rayador americano las poblaciones más numerosas en El Salvador de Sterna antillarum y Charadrius wilsonia.

La Isla de San Sebastián es probablemente el mejor sitio para la reproducción del ostrero en el país, siendo ésta una de las especies de aves más amenazadas de El Salvador. También en esta isla y en Arcos del Espino aparecen dos de las escasas colonias de cría conocidas del pucuyo. Aparte de estos lugares de anidación, en la bahía se conocen

numerosos lugares que sirven como zonas de descanso y alimentación para miles de aves acuáticas. .

Los bosques aluviales de Normandía, Chaguantique y el Tercio, junto con sus manglares cercanos o aledaños sirven como uno de los últimos refugios de la única especie de primate neo tropical presente en El Salvador: el mono araña.

4. BAHÍA DE JIQUILISCO COMO ZONA RAMSAR

El Complejo Bahía de Jiquilisco fue declarado Humedal de Importancia Internacional por la Convención Ramsar el 31 de Octubre de 2005, siendo el segundo declarado como tal para El Salvador y el número 1586 en la lista de la Convención Ramsar. La Bahía de Jiquilisco constituye la mayor extensión perenne de hábitats de humedales en el país.

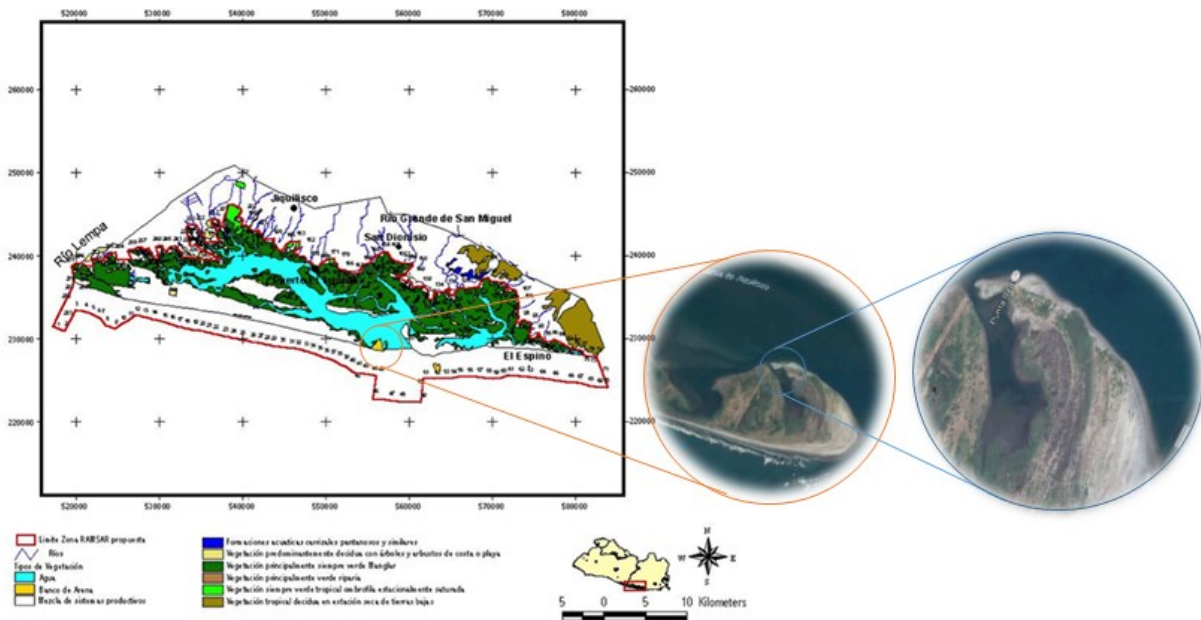


Ilustración 19 El centro eco turístico Punta Real está ubicado en la península de San Juan del Gozo, zona declarada como RAMSAR

5. VALORES SOCIALES Y CULTURALES

- Pesca:

La pesca artesanal constituye el medio de subsistencia tradicional de gran parte de la población presente en la zona. Se puede estimar en unos 5,000 pescadores y unas 1,500 mujeres dedicadas a la pesca a los largo de la bahía. En este marco la extracción del curil constituye una fuente de ingresos muy importante a lo largo de la Bahía de Jiquilisco y en ella se involucran principalmente las mujeres, los niños y las niñas. La captura de cangrejos es una actividad a la que se dedica poca población ya que este producto tiene un escaso mercado. Los canales de comercialización de la pesca y del marisqueo se realizan a través de cooperativas que compran el pescado a los socios y no socios y el transporte de la pesca generalmente se realiza por las mujeres. Las cooperativas tienen

mayor posibilidad de negociar la producción de acuerdo a los precios del mercado, a diferencia de los o las comerciantes individuales que comercializan por medio de mayoristas intermediarios, quienes determinan los precios de los productos; en muchas ocasiones muy por debajo del precio real. Aunque existen actividades de pesca industrial la producción de pesca artesanal marina tiene mayor peso que ésta

- **Camaroneras/Salineras:**

La producción de camarón es una de las actividades más importantes de la zona. En 1995 habían aproximadamente 23 cooperativas manejando aproximadamente 1470 ha. De salineras y camaroneras, aunque este número ha ido aumentando gradualmente en los últimos años llegando aproximadamente a las 1600 has. El MARN está actualizando los registros de las áreas concesionadas por el Estado para la instalación de camaroneras y salineras.

- **Agricultura:**

Se practica una agricultura de subsistencia, en la mayoría de los casos combinada con las actividades anteriormente citadas. Se cultiva para la comercialización ajonjolí, caña de azúcar, frijol blanco y sandía. Aunque en menor escala, en el interior de la bahía existen iniciativas para la diversificación agrícola. Por ejemplo, en algunos cantones están cultivando hortalizas y la producción se comercializa en el mercado la Tiendona y los centros urbanos más cercanos. En la isla El Jobal existen cultivos y procesamiento de coco para aceite

- **Ganadería:**

En la zona se encuentran crías de ganado de 100 a 300 cabezas, pero en la mayoría son pequeñas o medianas crías familiares con menos de 20 cabezas. Se observan en mayor medida áreas de pasto para ganado en la Península de San Juan del Gozo, en el cantón Los Limones, Aguacayo y Salinas del Potrero.

- **Sector servicios:**

En los municipios de Jiquilisco, Puerto El Triunfo, Jucuaran y San Dionisio la actividad comercial y los servicios están vinculados a la actividad pesquera. Generalmente la dinámica comercial se concentra en los cascos urbanos.

- **Turismo:**

En los últimos años el turismo en la Bahía de Jiquilisco ha cobrado cierta importancia económica. Para diferentes sectores de la zona esta tendencia resulta ser una opción para el desarrollo económico social de la región. Las actividades turísticas están promovidas por sectores económicos privados, por los gobiernos locales y por organizaciones no gubernamentales. Por una parte el turismo de playa es ofertado por pequeños propietarios, aún con escasa infraestructura y servicios y, por otra, por sectores con más poder económico; esta actividad se concentra en la playa El Espino y Puerto el Triunfo. Las organizaciones no gubernamentales se orientan a promover la gestión de fondos para desarrollar actividades de ecoturismo.

- **Aprovechamiento maderero:**

Esta actividad se refiere fundamentalmente a la extracción de leña y madera para la construcción, así como para su utilización como fuente de energía para cocinar. Se puede retirar madera seca, sin embargo se lleva a cabo extracción ilegal, afectando principalmente al manglar. Arqueología: Se reportan restos arqueológicos ubicados en la Isla El Espíritu Santo y el cantón Aguacayo. Hay que recalcar que hasta la fecha no se ha realizado ningún tipo de investigación en dichos sitios.

B. DESCRIPCION DE LA PUNTA SAN JUAN DEL GOZO

1. COOPERATIVA PUNTA REAL DE R.L.,

La Cooperativa Punta Real nació en una plática informal, de una idea mientras visitaban la zona el señor Isaac Berríos y Nelson vieron la oportunidad de hacer algo en el lugar, decidieron organizarse como cooperativa y se reunieron con las 12 familias la que pertenecen a la comunidad para asociarse y como cooperativa buscar qué entidades que les pudieran apoyar para ver que se podía trabajar en el lugar. Al principio se pensaba como cooperativa para trabajar la parte agrícola, acuícola, pero al final se vio que existía la oportunidad de crear un centro turístico. Se decidieron reunirse nuevamente donde se empezó a trabajar ideas de qué hacer, cómo hacerlo. En la comunidad son 12 familias, la mayoría niños, poco después fueron incorporándose más personas a la cooperativa hasta llegar al número necesario para establecerse como cooperativa. Luego se reunió y primeramente con la Fundación Usulután, con el Ingeniero Vargas quien orientó de cómo se debería hacer posteriormente se registró la cooperativa en el Instituto Salvadoreño de Fomento Cooperativo (INSAFOCOOP), con el nombre de Cooperativa Punta Real de Responsabilidad Limitada.

a. Información de la Cooperativa

Nombre	ASOCIACION COOPERATIVA DE COMERCIALIZACION, APROVISIONAMIENTO, CONSUMO, AHORRO, CREDITO Y SERVICIOS TURISTICOS "PUNTA REAL"
Acrónimo	PUNTA REAL DE R.L.
Tipo de cooperativa	Comercializacion
Dirección	CASERIO PUNTA REAL, CANTON CORRAL DE MULAS II, PENINSULA SAN JUAN DE LA CRUZ, PUERTO EL TRIUNFO, USULUTAN.
Total de hombres	28
Total de mujeres	8

Tabla 13 Información sobre la Cooperativa Punta Real de R.L.

Cuando la Cooperativa Punta Real de R.L. nació, en la Punta San Juan no existía ninguna infraestructura, esto dio origen a la construcción de un Centro Ecoturístico, esto con el fin de aprovechar el potencial turístico con el que cuenta la zona.

La primera etapa del proyecto consistió en la construcción de infraestructura básica como, ranchón principal bungalow, ranchos hamaqueros, senderos, construcción de baños y cocina, esto con la ayuda de entidades como PRODEMORO.

Finalizada la primera etapa la cooperativa participo en un concurso del Ministerio de economía por medio de FONDEPRO, por medio de ese programa lograron el equipamiento de la cocina, equipamiento de un pequeño sistema de energía solar, la adquisición de una lancha con su respectivo motor para turismo, la construcción de un muelle artesana, construcción de bungalow y la construcción de una piscina. De esta manera el Centro Ecoturístico abrió sus puertas a los turistas en Febrero de 2016, generando 4 empleos directos y 4 empleos indirectos.

Con las primeras etapas desarrolladas, el proyecto del Centro Ecoturístico brinda a los turistas servicio de restaurante, y actividades recreativas tales como paseos en lancha, pesca deportiva, paseos a caballo, cancha de futbol playa y piscina. El Centro Ecoturístico posee dos Bungalow los cuales podrían brindar el servicio de alojamiento, pero actualmente solo uno está habilitado, el cual puede alojar solamente 4 personas.

La Cooperativa posee misión, visión pero no posee valores ni ningún plan de operación, ni de capacitación, ni de mantenimiento, no poseen documentación básicamente.

- **VISION:**

“Somos una Asociación dedicada al área de servicios eco pesquero y turísticos enfocados a la Conservación de los recursos naturales, ambiente familiar y diversión, ofreciendo calidad a nuestros clientes nacionales como extranjeros que permita satisfacer sus expectativas de sana diversión a través de la convivencia con la naturaleza”.

- **MISION:**

“Ser el primer Lugar recreativo en la península San Juan del gozo que asuma un papel protagónico en el desarrollo del eco turismo y pesca artesanal, promoviendo la protección de la riqueza natural en la zona; a través del trabajo solidario de sus asociados para lograr la sostenibilidad económica del sitio recreativo Punta San Juan y de esta manera mejorar las condiciones de vida de la población.”

Actualmente el personal no posee capacitación en nada de atención al cliente, el personal usa para eventos grandes sus camisas ya que solo esto posee de uniforme.

Los miembros residentes en la Punta San Juan del Gozo a penas y tienen una escolaridad de 4 grado, quien está a cargo actualmente sabe realizar operaciones básicas.

Las personas de la Punta San Juan del Gozo no tienen escuela estas deben asistir a la Isla la Pirraya o incluso a la Isla Espíritu Santo para poder obtener educación en la zona solo 8 de los niños que viven en la Punta San Juan asisten a la escuela.

El Centro Ecoturístico no posee un sistema contable y no declaran IVA actualmente por el margen de ingresos no genera grandes ganancias.

La Punta San Juan del Gozo, ubicada en la Península San Juan, Corral de Mulas II, municipio de Puerto el Triunfo, Usulután. Es una península con mucha belleza paisajística, además cuenta con lo que son playas y una pequeña laguna que su profundidad varía con respecto al nivel del mar.

Se puede apreciar una cantidad de especies de aves, además en esta zona las tortugas desovan, es por ello que esta zona es una zona protegida por el gobierno, como es parte de la Bahía de Jiquilisco, zona declarada protegida en 2005, catalogada zona RAMSAR.

La salinidad del agua es de 22% que es la mínima registrada y una máxima de 36% y la temperatura del agua es más o menos constante manteniéndose alrededor de los 30 °C. Los valores promedios de pH son de 8.1. La época de lluvias está más o menos bien definida con dos máximos en los meses de junio y septiembre, existiendo normalmente una canícula a finales de julio.

El medio de acceso a la Punta San Juan del Gozo es mayormente marítimo, ya que el acceso vía terrestre no está muy bien definido, ya que la carretera finaliza a 10 Km de la Punta San Juan de Gozo.



Ilustración 20 Península San Juan del Gozo

2. SITUACIÓN ACTUAL DE LA PUNTA SAN JUAN

- **Economía**

En la zona los lugareños se dedican a la pesca artesanal, además algunos se dedican a la agricultura. Actualmente en la zona existe lo que es un Centro Ecoturístico que pertenece a la Cooperativa Punta Real de R.L., en la cual se ven beneficiados de manera directa 4 personas.

En este Centro Ecoturístico se ofrecen lo que es el servicio de restaurante, servicio de alojamiento y servicios turísticos como paseos en lancha, pesca deportiva, caminatas y cancha de fútbol playa, además de la playa y la laguna.

- **Acceso a la zona**

Para poder acceder a la Punta San Juan se debe optar por la vía marítima, ya que es la más directa. Para ello se puede embarcar en Puerto El Triunfo y en Puerto Parada. La vía terrestre no es una opción muy viable ya que la carretera en buenas condiciones llega hasta Corral de Mulas II, después hay que recorrer 10 Km, en carretera que no es apta para cualquier vehículo terrestre, se necesita un vehículo especial para montaña.

- **Recursos naturales**

En la Punta San Juan se cuentan con recursos naturales como playas, además la zona en si es una península, en la cual se puede observar flora y fauna. También se puede apreciar lo que es una laguna, la cual su profundidad cambia con respecto a la marea, cuando esta está llena se puede pescar y practicar deportes acuáticos. Cuando está vacía o con poca profundidad se puede extraer lo que son crustáceos como Jaibas, entre otros.



Ilustración 21 Playa Punta San Juan



Ilustración 22 Laguna Península San Juan del Gozo

- **Factores de apoyo**

Actualmente existen telefonías móviles que funcionan en la zona, como TIGO, MOVISTAR y CLARO, además en la zona existe energía eléctrica y agua potable.

Los lugareños para la energía eléctrica hacen uso de sistemas solares y el agua es extraída de pozos que proporcionan agua con un pequeño grado de salinidad es decir esta puede ser utilizado para bañarse, lavar trastes pero para ser consumida debe ser primero extraída y dejar que esta se asiente para eliminar poca salinidad existente cuando esta es extraída de los pozos.

- **Recurso Humano**

El recurso humano no es altamente productivo, ya que estos solo se dedican a la pesca artesanal y a la agricultura, cabe mencionar que la mayoría posee un bajo nivel educativo.

- **Instituciones de apoyo**

Actualmente Fundación Usulután está apoyando lo que es la Cooperativa Punta Real de R.L. en el desarrollo del Centro Ecoturístico, además de instituciones como FONDEPRO, el cual financio las primeras etapas del Centro Ecoturístico.

3. VOLUMENES DE VENTA ACTUAL

Actualmente en Punta Real no se lleva un registro de los turistas que reciben por año, solamente manejan que al mes reciben aproximadamente 200 turistas al mes, al año son 2,400 turistas. Cabe mencionar que el 75% de estos turistas se embarcan en el Puerto El Triunfo, es decir 1800 turistas al año y el 25% restante se embarcan en Puerto Parada, lo que equivale a 600 turistas al año.

4. INGRESOS POR VENTAS

Cada paquete tiene un costo de \$20, lo que significa que al mes tienen ingresos de \$4,000, al año equivalen a \$48,000.

A continuación se presenta la estructura de costos actual en el Centro Ecoturístico Punta Real

ESTRUCTURA DE COSTOS ACTUAL DEL “CENTRO ECOTURISTICO PUNTA REAL”	
Por paquete <ul style="list-style-type: none"> • Puerto parada \$5.44 • Puerto El Triunfo \$1.84 	Utilidad
Por paquete <ul style="list-style-type: none"> • Gastos por parqueo \$0.20 • Gastos por lancharo \$0.20 	Otro
<ul style="list-style-type: none"> • Administrativo Fijo \$6.66 diario • Pago cocinera \$4 diario \$0.50 por hora 	Gastos operativos
<ul style="list-style-type: none"> • Gasolina \$1.50 por Puerto Parada • Gasolina \$5.00 por Puerto El Triunfo • Agua, condimentos, otros \$2.50 	Insumos
Por paquete <ul style="list-style-type: none"> • Por plato de comida \$3.00 	Materia prima

Tabla 14 Estructura de costos actual en Centro Ecoturístico Punta Real

A continuación se realiza el desglose de los costos para los lugares por donde los turistas se embarcan con destino al Centro Ecoturístico Punta Real, en los cuales se embarcan en Puerto El Triunfo principalmente y una porción menor lo hace por Puerto Parada.

Descripción	Por Puerto El Triunfo Costo	Por Puerto Parada Costo
Gastos por parqueo	\$ 0.20	\$ 0.20
Gastos por lancharo	\$ 0.20	\$ 0.20
Administrativo Fijo diario	\$ 3.33	\$ 3.33
Pago cocinera	\$ 4.00	\$ 4.00
Gasolina	\$ 5.00	\$ 1.50
Insumos	\$ 2.50	\$ 2.50
Materia prima	\$ 3.00	\$ 3.00
COSTO TOTAL	\$18.23	\$14.73

Tabla 15 Desglose de costos por puerto en que se embarcan

Lugar donde se embarcan	Puerto El Triunfo	Puerto Parada	TOTAL
Cantidad de Turistas	1800	600	2400
Costos por paquete	\$18.23	\$14.73	
Costo Total	\$32,814.00	\$8,838.00	\$41,652.00
Precio de paquete por persona	\$20.00	\$20.00	
Ventas Totales	\$36,000.00	\$12,000.00	\$48,000.00
Margen de Utilidad	\$3,186.00	\$3,162.00	\$6,348.00

Tabla 16 Costos, Ventas y Utilidad anual

Margen de Utilidad en Operaciones

Este es uno de los indicadores de mayor relevancia, porque permite medir si la empresa está generando suficiente utilidad para cubrir sus actividades de financiamiento.

$$MUO = \frac{\text{Utilidad antes de interes e impuesto}}{\text{Ventas Netas}}$$

Margen de Utilidad en Operaciones	
Utilidad antes de interés e impuesto	\$ 6,348.00
Ventas Netas	\$48,000.00
MUO	0.13

Tabla 17 Margen de Utilidad en Operaciones

Se puede observar en la tabla anterior que el Centro Ecoturístico Punta Real genera una utilidad en operacional del 13%.

C. INVENTARIO TURISTICO DE PUNTA SAN JUAN DEL GOZO Y ALREDEDORES

La identificación de los atractivos turísticos es una de las tareas esenciales en la fase de diagnóstico de un proceso de planificación y consiste básicamente en la elaboración de un listado de recursos y lugares con potencialidad o posibilidades de utilización turística durante los años de vigencia del plan.

El inventario constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, el cual sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico.



Ilustración 23 Pasos a seguir en el levantamiento

1. INVENTARIO TURÍSTICO

Dentro del estudio del entorno físico de los proyectos turísticos se encuentra el denominado inventario turístico. Para el estudio se realizara el registro de los siguientes componentes:

- **Inventario de Recursos Turísticos**

La actividad turística únicamente tiene lugar si existen ciertas atracciones que motiven a cierto número de personas a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él, estas atracciones se denominan recursos o atractivos turísticos.

Para entender que es un recurso turístico es necesario conocer los conceptos de Patrimonio Turístico y Recurso Turístico. La OMT hace diferencia entre dos conceptos:

- Patrimonio Turística: Es el conjunto de potencialidades.
- Recurso Turística: Patrimonio Turística más intervención humana.

Los recursos turísticos son aquellos recursos que son susceptibles de ser convertidos en atractivos turísticos, los cuales están clasificados en 5 categorías integradas a su vez en tipo y sub-tipo.

A continuación se presenta la clasificación:

Categorías: Sitios Naturales, Museos y Manifestaciones Culturales, Floklore, Realizaciones Tecnicas, Cientificas o Artisticas Contemporaneas, Acontecimientos Programados.

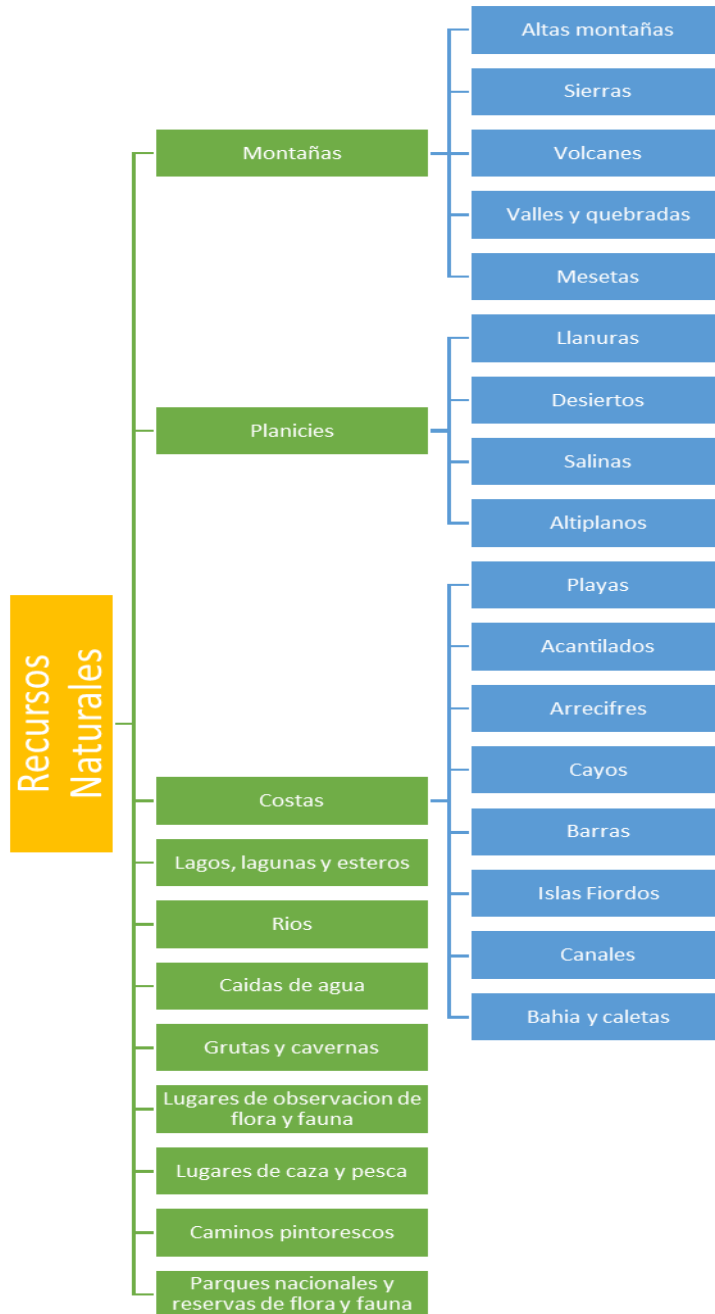


Ilustración 24 Descripción de los Recursos Naturales

FICHA DE RECURSOS

Para el registro de los recursos turísticos se debe contar con una ficha en la cual se contendrá la siguiente información:

- Nombre de recurso
- Ubicación
- Categoría, tipo y sub-tipo
- Jerarquía del recurso
- Medio de acceso
- Descripción del recurso turístico
- Peculiaridades del recurso.
- Estado actual
- Ruta de acceso
- Tipo de ingreso al recurso turístico

Cada uno de los elementos antes mencionados se encuentra integrados en esta ficha la cual se presenta en Anexos 2. (Ficha para inventario de recursos turísticos), además se diseñó una ficha resumen de inventario la cual se puede ver en el Anexo 3. (Ficha resume de inventario).

- **Registro en ficha**

Para el registro se hizo uso de las fichas diseñadas, donde se registró cada elemento importante del recurso turístico o planta turística. Cabe mencionar que en cada ficha en la ubicación se registró la coordenada GPS, que ubica el lugar en el mapa. En el trabajo de campo el cual se registró cada recurso turístico con potencial de convertirlo en atractivo turístico se registró toda la información necesaria, posteriormente se resumió esta información en la ficha resumen de inventario, además se agregaron fotografías de cada lugar.

A continuación se presenta la ubicación en un mapa de la Bahía de Jiquilisco de cada uno de los recursos turísticos que pueden ser considerados para posteriormente tomarlos dentro de una oferta turística, es decir estos son los recursos con los que la zona cuenta actualmente para poder ser utilizados por los turistas que decidan llegar a la zona de la Bahía de Jiquilisco donde podemos mencionar algunos de los que se encuentran en el mapa que sigue a continuación:

- Laguna Punta San Juan
- Golfo La Perra
- Plantación de Cocos
- Vivero de Conchas
- Canal dos aguas

b. Ubicación de los recursos turísticos a inventariar



- | | | | |
|-------------------------|------------------------|-------------------------------|-------------------------------|
| 1 Laguna Punta San Juan | 6 Playa Punta San Juan | 11 Isla Pajarito | 16 Cementerio de Barcos |
| 2 Vivero de tortugas | 7 Hostal Punta Real | 12 Isla y Playa Madresal | 17 Malecón Puerto El Triunfo |
| 3 Cementerio de arboles | 8 Bocana El Bajon | 13 Canal 2 aguas | 18 Desembocadura de Rio Lempa |
| 4 Plantación de cocos | 9 Playa La Pirraya | 14 Cementerio de Barcos | 19 Playa el Espíritu Santo |
| 5 Golfo La Perra | 10 Fabrica de Botes | 15 Vivero de Concha Los Remos | 20 Fabrica de Aceite de Coco |

Ilustración 25 Ubicación de los lugares inventariados

A continuación se presentan las fichas con el levantamiento de los recursos turísticos:

- ISLA PAJARITO

NOMBRE DEL RECURSO	Isla Pajarito
UBICACIÓN	
Cantón	
Municipio	Puerto El Triunfo
Coordenada GPS	13.205838, -88.466934
CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría	Sitios Naturales
Tipo	Costas
Sub tipo	Islas
Jerarquía	2
ACERCA DEL RECURSO	
Descripción	La Isla Pajarito es una isla virgen, ya que nunca ha sido habitada por personas, además es considerada un banco de arena. Las aguas a su alrededor son calmadas y de color azul, perfectas para que los turistas puedan disfrutar de un baño y tomar el sol. También se puede apreciar de una belleza paisajística.
Peculiaridades	Se puede observar una gran variedad de aves en toda la isla.
Estado actual	Se encuentra en estado integro virgen ya que ninguna persona habita la isla.
ACCESO Y RUTA	
Recorrido	Punta San Juan – Isla Pajarito
Tramo	1
Acceso	Marítimo
Medio de transporte	Lancha
Vía de acceso	Marítimo
Distancia	1.4 Km

Tiempo	10 minutos
INGRESO AL RECURSO	
Tipo de ingreso	Libre acceso
Época propicia de visita al recurso	Todo el año
Horario de visita	7 am – 5 pm
Indicar si el atractivo turístico se utiliza para otros fines	Ninguno

Tabla 18 Ficha Isla Pajarito



Ilustración 26 Isla Pajarito

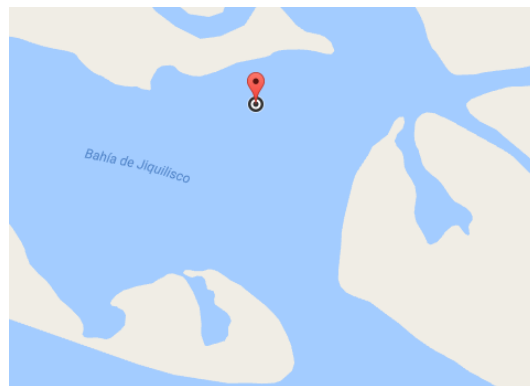


Ilustración 27 Ubicación geográfica de Isla Pajarito

- **PLAYA LA PIRRAYA**

NOMBRE DEL RECURSO	Playa la Pirraya
UBICACIÓN	
Cantón	Isla San Sebastian
Municipio	Puerto El Triunfo
Coordenada GPS	13.185726, -88.448426
CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría	Sitios Naturales
Tipo	Costas
Sub tipo	Playas
Jerarquía	2
ACERCA DEL RECURSO	
Descripción	Es una playa con aguas tranquilas y de color azul, en algunas ocasiones se pueden observar tortugas, en especial a primeras horas de la mañana cuando suben a la superficie por un poco de sol, se puede apreciar una gran belleza paisajística.
Peculiaridades	Observación de tortugas en algunos casos
Estado actual	Se encuentra en perfecto estado.
ACCESO Y RUTA	
Recorrido	Punta San Juan – Playa La Pirraya
Tramo	1
Acceso	Maritimo
Medio de transporte	Lancha
Vía de acceso	Maritimo
Distancia	1.9 Km
Tiempo	14 minutos
INGRESO AL RECURSO	
Tipo de ingreso	Libre
Época propicia de visita al recurso	Todo el año

Horario de visita	7 am – 5 pm
Indicar si el atractivo turístico se utiliza para otros fines	

Tabla 19 Ficha Playa La Pirraya



Ilustración 28 Playa La Pirraya.

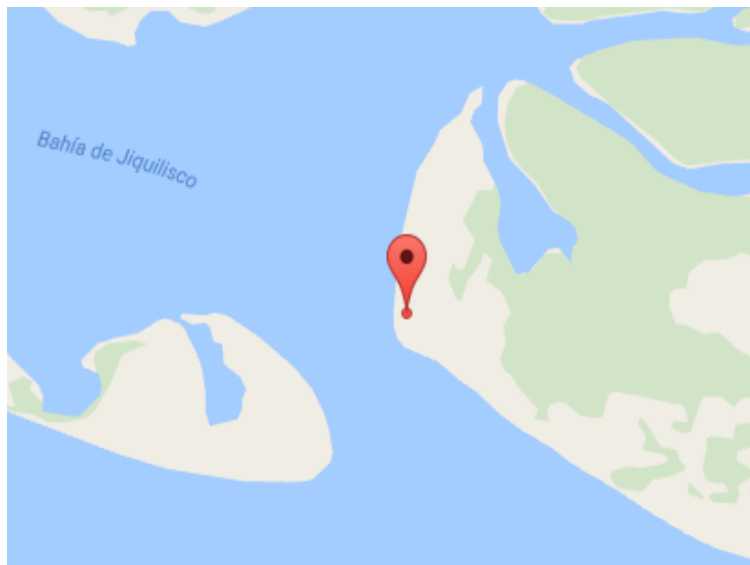


Ilustración 29 Ubicación Geográfica de Playa La Pirraya

- **CANAL DOS AGUAS**

NOMBRE DEL RECURSO	Canal Dos Aguas
UBICACIÓN	
Cantón	Isla San Dionisio
Municipio	Puerto El Triunfo
Coordenada GPS	13.185726, -88.448426
CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría	Sitios Naturales
Tipo	Costas
Sub tipo	Canales
Jerarquía	2
ACERCA DEL RECURSO	
Descripción	El Canal Dos Aguas está rodeado de bosque salado en la cual habita una gran variedad de especies de aves, las cuales pueden ser escuchadas mientras se cruza el canal, y el color de sus aguas es azul hace que se pueda apreciar de una belleza paisajística espectacular. A primeras horas de la mañana puede observarse el cocodrilo americano cuando está tomando el sol
Peculiaridades	Se puede observar una cantidad incontable de medusas. También es el habitat del cocodrilo americano y de una gran cantidad de aves.
Estado actual	Se encuentra en perfecto estado.
ACCESO Y RUTA	
Recorrido	Punta San Juan – Playa La Pirraya
Tramo	1
Acceso	Maritimo
Medio de transporte	Lancha
Vía de acceso	Maritimo
Distancia	14 Km
Tiempo	50 minutos

INGRESO AL RECURSO	
Tipo de ingreso	Libre
Época propicia de visita al recurso	Todo el año
Horario de visita	7 am – 5 pm
Indicar si el atractivo turístico se utiliza para otros fines	Se usa para la práctica de deportes con remos como el kayak.

Tabla 20 Ficha Canal Dos Aguas



Ilustración 30 Canal Dos Aguas.



Ilustración 31 Ubicación Geográfica de Canal Dos Aguas.

- **CEMENTERIO DE BARCOS**

NOMBRE DEL RECURSO	Cementerio de Barcos Canal Dos Aguas
UBICACIÓN	
Cantón	Isla Santa Katarina
Municipio	Puerto El Triunfo
Coordenada GPS	13.185726, -88.448426
CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría	Museos y manifestaciones culturales
Tipo	Lugares históricos
Sub tipo	
Jerarquía	2
ACERCA DEL RECURSO	
Descripción	Ubicado en el Canal Dos Aguas, se pueden apreciar barcos que están fuera de uso, algunos hundidos en el canal, y en algunos de estos barcos que no están hundidos completamente se puede ver en ocasiones el cocodrilo americano tomando el sol.
Peculiaridades	Se puede observar el cocodrilo americano tomando el sol en los barcos que no están hundidos completamente en el canal
Estado actual	Se encuentra en perfecto estado.
ACCESO Y RUTA	
Recorrido	Punta San Juan – Cementerio de Barcos Canal Dos Aguas
Tramo	1
Acceso	Maritimo
Medio de transporte	Lancha
Vía de acceso	Maritimo
Distancia	16 Km
Tiempo	1 hora
INGRESO AL RECURSO	

Tipo de ingreso	Libre
Época propicia de visita al recurso	Todo el año
Horario de visita	7 am – 5 pm
Indicar si el atractivo turístico se utiliza para otros fines	

Tabla 21 Ficha Cementerio de Barcos Canal Dos Aguas



Ilustración 32 Cocodrilo Juancho tomando el sol.

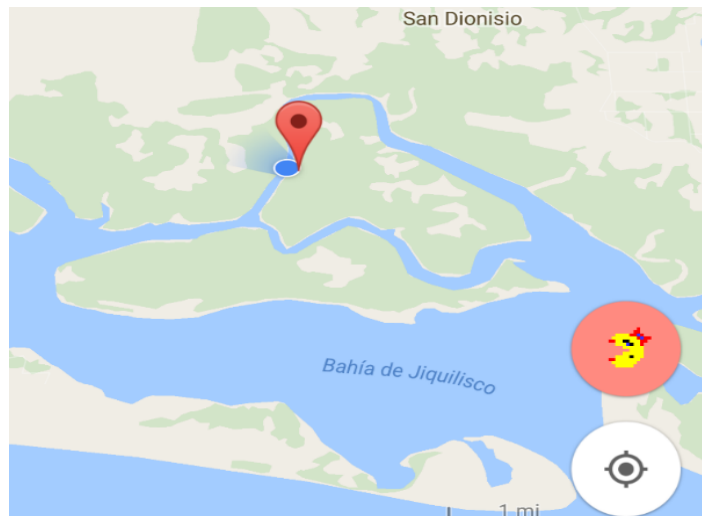


Ilustración 33 Ubicación Geográfica Cementerio de Barcos.

- **CEMENTERIO DE BARCOS ESTERO LA MAJADITA**

NOMBRE DEL RECURSO	Cementerio de Barcos Estero La Majadita
UBICACIÓN	
Cantón	Estereo La Majadita
Municipio	Puerto El Triunfo
Coordenada GPS	13.233126, -88.516193
CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría	Museos y manifestaciones culturales
Tipo	Lugares históricos
Sub tipo	
Jerarquía	1
ACERCA DEL RECURSO	
Descripción	Son barcos que una vez fueron utilizados para la pesca, ahora la mayoría están en el fondo del canal, aunque algunos todavía se pueden observar.
Peculiaridades	
Estado actual	La mayoría de los barcos se encuentran hundidos en el canal, solo pueden verse unos pocos barcos.
ACCESO Y RUTA	
Recorrido	Punta San Juan – Cementerio de Barcos Canal Dos Aguas
Tramo	1
Acceso	Maritimo
Medio de transporte	Lancha
Vía de acceso	Maritimo
Distancia	14 Km
Tiempo	40 minutos
INGRESO AL RECURSO	
Tipo de ingreso	Libre
Época propicia de visita al	Todo el año

recurso	
Horario de visita	7 am – 5 pm
Indicar si el atractivo turístico se utiliza para otros fines	

Tabla 22 Ficha Cementerio de Barcos Estero La Majadita



Ilustración 34 Cementerio de Barcos Estero La Majadita.



Ilustración 35 Ubicación Geográfica de Cementerio de Barcos.

- **FABRICA DE ACEITES DE COCO**

NOMBRE DEL RECURSO	Fábrica de Aceites de Coco
UBICACIÓN	
Cantón	Isla Espíritu Santo
Municipio	Puerto El Triunfo
Coordenada GPS	13.249506, -88.623308
CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría	Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas
Tipo	Explotaciones agropecuarias
Sub tipo	Extracción de Aceite
Jerarquía	1
ACERCA DEL RECURSO	
Descripción	Es una fábrica donde se produce y se comercializa aceite de coco, el cual tiene muchos usos tanto medicinales, como en la cocina.
Peculiaridades	
Estado actual	Actualmente se encuentra en funcionamiento, en la producción de aceites.
ACCESO Y RUTA	
Recorrido	Punta Real –Fábrica de Aceites de Coco
Tramo	1
Acceso	Marítimo
Medio de transporte	Lancha
Vía de acceso	Marítimo
Distancia	20 Km
Tiempo	2 horas aproximadamente
INGRESO AL RECURSO	
Tipo de ingreso	Semi-restringido
Época propicia de visita al	Todo el año

recurso	
Horario de visita	9 am – 4 pm (De Lunes a Viernes)
Indicar si el atractivo turístico se utiliza para otros fines	Ninguno

Tabla 23 Ficha Fabria Aceites de Coco

- **PLAYA ESPIRITU SANTO**

NOMBRE DEL RECURSO	Playa Espíritu Santo
UBICACIÓN	
Cantón	Isla Espíritu Santo
Municipio	Puerto El Triunfo

Coordenada GPS	13.255683, -88.614378
CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría	Sitios naturales
Tipo	Costas
Sub tipo	Playas
Jerarquía	1
ACERCA DEL RECURSO	
Descripción	La Playa Espíritu Santo es una playa con gran belleza paisajística, además de bancos de arena, en la cuales se pueden apreciar diversas especies marinas como es el escorpión de mar, entre otros. Los turistas comúnmente preparan sus alimentos en el lugar, además pueden comprar cocos.
Peculiaridades	
Estado actual	Perfecto Estado
ACCESO Y RUTA	
Recorrido	Punta Real –Fabrica de Aceites de Coco
Tramo	1
Acceso	Maritimo

Medio de transporte	Lancha
Vía de acceso	Maritimo
Distancia	18 Km
Tiempo	1 hora, 40 minutos aproximadamente
INGRESO AL RECURSO	
Tipo de ingreso	Libre
Época propicia de visita al recurso	Todo el año
Horario de visita	7 am – 5 pm
Indicar si el atractivo turístico se utiliza para otros fines	Ninguno

Tabla 24 Ficha Playa El Espíritu Santo

- **FABRICA DE LANCHAS “LA PIRRAYA”**

NOMBRE DEL RECURSO	Fábrica de Lanchas “La Pirraya”
UBICACION	
Cantón	La Pirraya, Isla San Sebastián
Municipio	Puerto El Triunfo
Coordenada GPS	13.193077, -88.447275

CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría	Folklore
Tipo	Artesanías y Artes
Sub tipo	Maderas
Jerarquía	1
ACERCA DEL RECURSO	
Descripción	En la Fábrica de Lanchas “La Pirraya”, fabrican diferentes tipos de lanchas desde pequeñas lanchas hasta lanchas de gran tamaño, además fabrican hieleras para los que se dedican a la pesca. El método utilizado para la fabricación de lanchas es artesanal, su estructura está elaborada de madera,

	revestida con fibra de vidrio y decorada con pintura a mano.
Peculiaridades	
Estado actual	Perfecto Estado
ACCESO Y RUTA	
Recorrido	Punta Real –Fabrica de Lanchas “La Pirraya”
Tramo	1
Acceso	Maritimo
Medio de transporte	Lancha
Vía de acceso	Maritimo
Distancia	2.5 Km
Tiempo	16 minutos aproximadamente
INGRESO AL RECURSO	
Tipo de ingreso	Libre
Época propicia de visita al recurso	Todo el año
Horario de visita	7 am – 5 pm
Indicar si el atractivo turístico se utiliza para otros fines	Ninguno

Tabla 25 Ficha Fabrica de Lanchas La Pirraya

- **FESTIVAL DEL CURIL**

NOMBRE DEL RECURSO	Festival del Curil
UBICACION	
Cantón	
Municipio	Puerto El Triunfo
Coordenada GPS	13.272895, -88.548405
CLASIFICACION DEL RECURSO	

Categoría	Acontecimientos programados
Tipo	Otros
Sub tipo	Gastronomía
Jerarquía	3
ACERCA DEL RECURSO	
Descripción	El Festival del Curil es una iniciativa de la municipalidad que se efectua desde el 2015, en el último fin de semana del mes de Junio. Es un festival donde los turistas pueden disfrutar de diferentes actividades, tales como degustación de platillos
Peculiaridades	Se elabora un coctel Gigante y pupusas de curiles
Estado actual	Perfecto Estado
ACCESO Y RUTA	
Recorrido	Punta Real –Fabrica de Lanchas “La Pirraya”
Tramo	1
Acceso	Maritimo
Medio de transporte	Lancha
Vía de acceso	Maritimo
Distancia	15 Km
Tiempo	45 minutos aproximadamente
INGRESO AL RECURSO	
Tipo de ingreso	Libre
Época propicia de visita al recurso	Ultimo fin de semana de Junio
Horario de visita	8 am – 5 pm
Indicar si el atractivo turístico se utiliza para otros fines	Ninguno

Tabla 26 Ficha Festival del Curil



Ilustración 36 Festival del Curil



Ilustración 37 Ubicación Geográfica de Festival del Curil.

- **VIVERO DE CONCHAS “LOS REMOS”**

NOMBRE DEL RECURSO	Vivero de Conchas “Los Remos”
UBICACIÓN	
Cantón	
Municipio	Puerto El Triunfo
Coordenada GPS	13.244592, -88.528144
CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría	Realizaciones técnicas, científicas
Tipo	Centros científicos y técnicos
Sub tipo	Viveros
Jerarquía	1
ACERCA DEL RECURSO	

Descripción	Es un lugar donde los turistas pueden aprender acerca de las técnicas utilizadas por los cooperativistas para mantener las condiciones adecuadas para el crecimiento y desarrollo de los moluscos. Es una experiencia donde los turistas pueden adentrarse al manglar por senderos elaborados de madera donde se puede caminar y conocer.
Peculiaridades	Se elabora un coctel Gigante y pupusas de curiles
Estado actual	Perfecto Estado
ACCESO Y RUTA	
Recorrido	Punta Real –Fabrica de Lanchas “La Pirraya”
Tramo	1
Acceso	Maritimo
Medio de transporte	Lancha
Vía de acceso	Maritimo
Distancia	12 Km
Tiempo	35 minutos aproximadamente
INGRESO AL RECURSO	
Tipo de ingreso	Libre
Época propicia de visita al recurso	Todo el año
Horario de visita	8 am – 4 pm
Indicar si el atractivo turístico se utiliza para otros fines	Ninguno

Tabla 27 Ficha Vivero de Concha Los Remos



Ilustración 38 Vivero de Conchas "Los Remos"



Ilustración 39 Ubicación Geográfica de Vivero de Conchas.

- **BOCANA DE LA BAHIA**

NOMBRE DEL RECURSO	Bocana de la Bahía
UBICACIÓN	
Cantón	Coral de Mulas II
Municipio	Puerto El Triunfo
Coordenada GPS	13.178460, -88.451523
CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría	Sitios Naturales
Tipo	Costas
Sub tipo	Bahías y Caletas
Jerarquía	3
ACERCA DEL RECURSO	
Descripción	Entrada y salida de agua a la bahía. Aproximadamente un km de longitud en su parte más estrecha comprendida entre Punta Real y la Isla San Sebastián
Peculiaridades	Remolinos de agua, se conforman de dos corrientes en sentido opuesto generados por la acción natural de llenado y vaciado, forman pequeñas olas en la entrada de la bahía y que chocan contra la playa formando algunos tumbos y al admirar con detenimiento comienza a distinguirse el choque de

	<p>las dos corrientes formando pequeños remolinos. En marea alta es muy notoria la diferencia de corrientes por la fuerza y cantidad de agua.</p> <p>Avistamiento de variedad de animales, peses aves, medusas, rayas, tortugas y principalmente avistamiento de tiburones de distintas especies y tamaños.</p>
Estado actual	Es un área natural para uso público, sin restricciones de acceso, ocasionalmente utilizado para la pesca artesanal de diferentes especies.
ACCESO Y RUTA	
Recorrido	1
Tramo	1
Acceso	Maritimo
Medio de transporte	Lancha
Vía de acceso	Maritima
Distancia	2.22 km
Tiempo	12 minutos
INGRESO AL RECURSO	
Tipo de ingreso	Libre
Época propicia de visita al recurso	Verano
Horario de visita	De 6:00 a.m. a 6:00 a.m.

Tabla 28 Ficha Bocana de la Bahía



Ilustración 40 Bocana Bahía de Jiquilisco

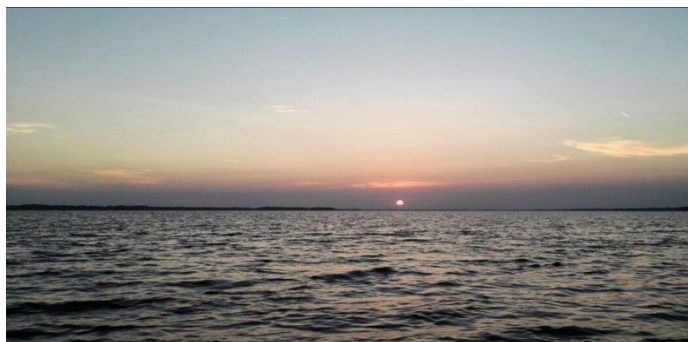


Ilustración 41 Atardecer en la Bocana



Ilustración 42 Ubicación geográfica La Bocana

- **ISLA MADRESAL**

NOMBRE DEL RECURSO	Isla Madresal
UBICACIÓN	
Cantón	Coral de Mulas II
Municipio	Puerto El Triunfo
Coordenada GPS	13.217528, -88.52223
CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría	Sitios Naturales
Tipo	Costas
Sub tipo	Islas
Jerarquía	1
ACERCA DEL RECURSO	
Descripción	Es la playa sobresaliente ubicada en la isla

	Madresal al lado occidente y redondo de la isla.
Peculiaridades	Normalmente utilizado por turistas para hacer campamento, bastante solitaria y acompañado de muchas aves.
Estado actual	Un área de acceso público, rodeada por árboles de fuego que sirven de barrera contra la erosión. Isla que desborda cocoteros y al otro lado llena de manglares. Propicia para la pesca con caña por sus aguas tranquilas.
ACCESO Y RUTA	
Recorrido	1
Tramo	1
Acceso	Maritimo
Medio de transporte	Lancha
Vía de acceso	Maritima
Distancia	14.2 km
Tiempo	14 minutos
INGRESO AL RECURSO	
Tipo de ingreso	Libre
Época propicia de visita al recurso	Todo el año
Horario de visita	De 6:00 a.m. a 6:00 a.m.

Tabla 29 Ficha Isla Madresal



Ilustración 43 Áreas para Acampar en la Isla Madre sal

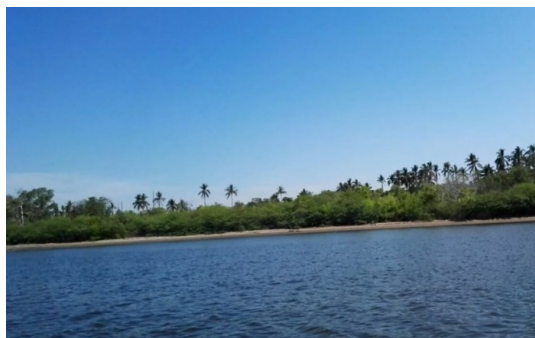


Ilustración 44 Cultivos de coco en la Isla Madresal



Ilustración 45 Ubicación geográfica Isla Madresal

- **PLAYA PUNTA SAN JUAN**

NOMBRE DEL RECURSO	Playa Punta San Juan
UBICACIÓN	
Cantón	Coral de Mulas II
Municipio	Puerto El Triunfo
Coordenada GPS	13.1747683, -88.4548189
CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría	Sitios Naturales
Tipo	Costas
Sub tipo	Playa
Jerarquía	2
ACERCA DEL RECURSO	

Descripción	Playa en el lado de la bahía, parte posterior de la península que da al océano pacífico.
Peculiaridades	<p>La arena de esta playa es de diversidad de colores, por las diferentes tipos de corrientes y minerales encontrados como hierro, arrecifes y vegetación del alrededor, variando entre color café, negro y gris claro.</p> <p>Es una playa plana con una pendiente muy poco pronunciada y muy amplia para realizar diferentes actividades por los turistas.</p> <p>En cuanto a las olas son apenas pequeñas holas que bañan el borde de dicha playa.</p> <p>La variación de la marea alta y baja podría cubrir casi hasta la mitad de la playa, pero en época de invierno por poco queda totalmente cubierta por el agua.</p>
Estado actual	Una playa prácticamente virgen pues su explotación como lugar turística es casi nula, con unos cuantos turistas nacionales que se aventuran a recorrer toda la península y disfrutar de ella. También algunos turistas internacionales deciden desembarcar de sus botes privados para disfrutar del paisaje. La playa termina donde comienza la vegetación de árbol carbón. A lo largo de toda la playa no se encuentra intervención alguna por el hombre para modificar o adecuar algún espacio.
ACCESO Y RUTA	
Recorrido	1
Tramo	1
Acceso	Terrestre
Medio de transporte	A pie, caballo, bicicleta o en lancha por la bahía.
Vía de acceso	Terrestre
Distancia	1.2 km
Tiempo	25 min
INGRESO AL RECURSO	
Tipo de ingreso	Libre
Época propicia de visita al	Verano

recurso	
Horario de visita	De 5:00 a.m. a 6:00 p.m.

Tabla 30 Ficha Playa Punta San Juan



Ilustración 46 Ubicación Geográfica Playa San Juan



Ilustración 47 Extranjeros desembarcando en la playa

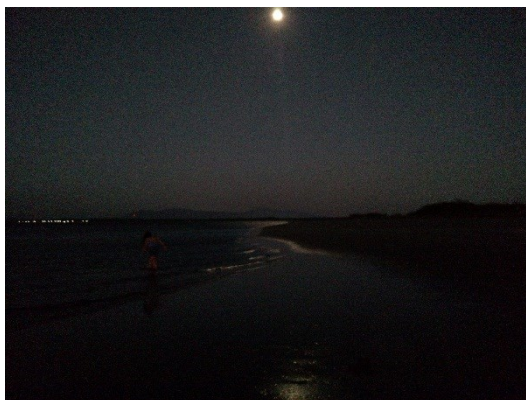


Ilustración 48 Playa de noche



Ilustración 49 Playa Punta Real

- **LAGUNA PUNTA SAN JUAN DEL GOZO**

NOMBRE DEL RECURSO	Laguna Punta San Juan del Gozo
UBICACIÓN	
Cantón	Coral de Mulas II
Municipio	Puerto El Triunfo
Coordenada GPS	13.1777769, -88.4658052
CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría	Sitios Naturales
Tipo	Lagos, Lagunas y Esteros
Sub tipo	---
Jerarquía	1
ACERCA DEL RECURSO	
Descripción	Pequeña laguna natural formado por las corrientes y cambios de mareas dentro de la península
Peculiaridades	<p>La laguna formada por la erosión y cruce de corrientes tiene su propia bocana formada por el cambio de mareas, así también cambia su tamaño y profundidad desde cero hasta 3 metros de profundidad.</p> <p>Es un hábitat de diferentes tipos de moluscos y peces, también es un lugar de concentración de aves pesqueras por la gran cantidad de peces que</p>

	<p>quedan atrapados en la arena al bajar la marea.</p> <p>Es también un criadero de camarones, jaibas y punches totalmente natural.</p>
Estado actual	<p>Es una laguna intacta su uso para la pesca es nula, incluso para los habitantes de la zona, prefieren pescar adentro de la bahía, año con año las dimensiones de la laguna se incrementan debido a la erosión y se estima que en algún momento podría partir la península dejando aislada a la comunidad de Corral de Mulas II.</p> <p>Dentro de la laguna se encuentra un pequeño muelle para los turistas que visitan Punta Real.</p>
ACCESO Y RUTA	
Recorrido	1
Tramo	1
Acceso	Marítimo
Medio de transporte	Lancha
Vía de acceso	Maritima (la Bahías)
Distancia	14.8 km desde Puerto el Triunfo 9.4 km desde Puerto Parada
Tiempo	35 y 20 min respectivamente.
INGRESO AL RECURSO	
Tipo de ingreso	Libre
Época propicia de visita al recurso	Verano
Horario de visita	De 5:00 a.m. a 6:00 p.m. (favorable en marea alta)

Tabla 31 Ficha Laguna Punta San Juan



Ilustración 50 Aves pesqueras en la laguna de Punta Real



Ilustración 51 Bocana de Laguna Punta Real



Ilustración 52 Laguna vacía en marea baja



Ilustración 53 Muelle Punta Real en la laguna.



Ilustración 54 Nivel del agua y laguna a medio llenar

- **VIVERO DE TORTUGA**

NOMBRE DEL RECURSO	Vivero de Tortuga Carey
UBICACIÓN	
Cantón	Coral de Mulas II
Municipio	Puerto El Triunfo
Coordenada GPS	13.1794744, -88.4594357
CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría	Sitios Naturales
Tipo	Lugares de observación de flora y fauna
Sub tipo	---
Jerarquía	2
ACERCA DEL RECURSO	
Descripción	Es un vivero hecho construida con ayuda de las asociaciones de comunitarias de la zona e instituciones no gubernamentales para ayudar a la protección de la especie.
Peculiaridades	<p>Es un pequeño vivero hecho con materiales eco amigable y acondicionado para albergar al menos unos 150 grupos de huevos de tortuga, el vivero es protegido por dos personas que son elegidas por la cooperativa en tiempo de desove y durante la incubación.</p> <p>Todos los miembros de la cooperativa han sido capacitados técnicamente por ONG's y asesorados por MAG en cuanto a las regulaciones para la protecciones legales e institucionales de la especie.</p> <p>El desove como la liberación de tortugas son eventos de especial observación para los turistas que visitan la bahía, desde cualquier punto que ingresen a la bahía siempre se muestra un gran interés por presenciar estos eventos durante todo el día o noche.</p>
Estado actual	El estado es de conservación continua, y mantenimiento programado antes de la temporada de reproducción de tortuga Carey, mantenimiento de las instalaciones como la conservación de las

	especies es dirigido por la cooperativa de Punta Real de R.L.
ACCESO Y RUTA	
Recorrido	1
Tramo	1
Acceso	Marítimo-Terrestre
Medio de transporte	Pie, bicicleta, caballo, Lancha, bote
Vía de acceso	A través de la península o de la bahía en lancha.
Distancia	0.9 km
Tiempo	35 min
INGRESO AL RECURSO	
Tipo de ingreso	Libre
Época propicia de visita al recurso	Durante los meses de Agosto y Septiembre en especial.
Horario de visita	De 5:00 a.m. a 2:00am

Tabla 32 Vivero de Tortuga Carey



Ilustración 55 Ubicación Geográfica



Ilustración 56 Entrada al Vivero de Tortuga Carey



Ilustración 57 Incubadora



Ilustración 58 Casa Refugio de Vivero de Tortuga



Ilustración 59 Sendero de Casa Refugio

- **PLANTACION DE COCOS**

NOMBRE DEL RECURSO	Plantacion de Cocos
UBICACIÓN	
Cantón	Coral de Mulas II
Municipio	Puerto El Triunfo
Coordenada GPS	13.178797, -88.459936
CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría	Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas.
Tipo	Explotaciones Agropecuarias.
Sub tipo	---
Jerarquía	2
ACERCA DEL RECURSO	
Descripción	Una plantación con aproximadamente 2,000 cocos que son uno de los proyectos insignia de la cooperativa, la cual promete una oportunidad muy grande de desarrollo económico al incorporar la isla al mercado de producción y comercialización de coco, el fuerte de la zona.
Peculiaridades	<p>Existen dos zonas con plantaciones de coco, la primera de ellas es la Coquera como se le llaman coloquialmente, que cuenta con aproximadamente unos 40 árboles de coco, que aprovisiona los cocos para el Hotel y Restaurante Punta real.</p> <p>La segunda zona consta con más de 2,000 plantas sembradas hace un año o dos, y se espera alcancen su punto ideal de crecimiento en los próximos dos años. Se pretende que ambas zonas sirvan como actividad propia para que el turista pueda disfrutar de cocos recién cortados.</p> <p>El sistema de riego es a través de posos de poca profundidad, y su abono y tratamientos lo dan todos los integrantes de la comunidad, previa organización para esto.</p>

Estado actual	<p>El primero de los cultivos y más pequeño está en su etapa más alta de crecimiento y producción de coco. Pero que actualmente está fuera de mantenimiento.</p> <p>La segunda zona de cultivo si se encuentra en etapa de crecimiento pero hay grupo de personas encargadas del cuidado y desarrollo del cultivo. Aun no esta abierta al publico.</p>
ACCESO Y RUTA	
Recorrido	1
Tramo	2
Acceso	Terrestre
Medio de transporte	Pie, bicicleta, caballo
Vía de acceso	A través de la península o de la bahía (en lancha.)
Distancia	0.15 km y .45KM
Tiempo	10 y 50 min respectivamente
INGRESO AL RECURSO	
Tipo de ingreso	Libre
Época propicia de visita al recurso	Cualquier época del año
Horario de visita	De 5:00 a.m. a 5:00pm

Tabla 33 Ficha de Vivero Tortuga Carey



Ilustración 60 Ubicación geográfica de cultivos de coco



Ilustración 61 Nuevo cultivo de coco y el primer cultivo en su etapa de producción plena

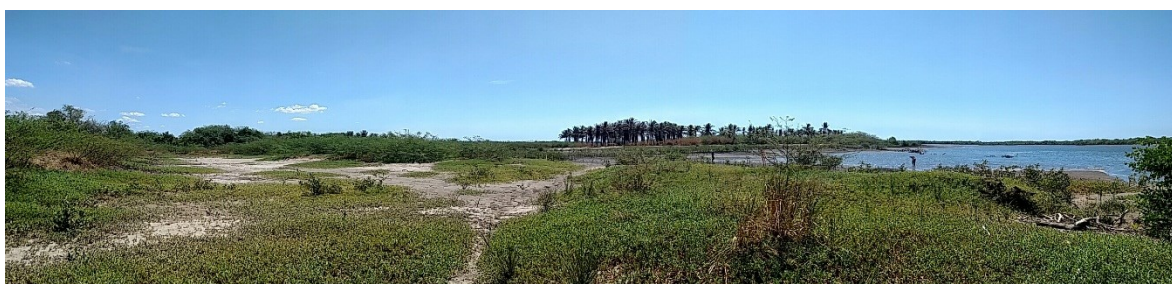


Ilustración 62 Toma panorámica Cultivo de Cocos en producción al Fondo

- **CEMENTERIO DE ARBOLES**

NOMBRE DEL RECURSO	Cementerio de Arboles
UBICACIÓN	
Cantón	Coral de Mulas II
Municipio	Puerto El Triunfo
Coordenada GPS	13.177565, -88.456865
CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría	Museo y Manifestaciones Culturales
Tipo	Ruinas y Lugares Arqueológicos
Sub tipo	---
Jerarquía	2
ACERCA DEL RECURSO	
Descripción	Es el área de la península donde se concentran todo tipo de árboles encallados, troncos y grandes ramas que por la evolución de la naturaleza el

	suelo donde estuvieron sufre erosión y por ende quedan a la deriva en el agua.
Peculiaridades	En Punta Real se tienen dos zonas con plan
Estado actual	El estado es de conservación continua, y mantenimiento programado antes de la temporada de reproducción de tortuga Carey, mantenimiento de las instalaciones como la conservación de las especies es dirigido por la cooperativa de Punta Real de R.L.
ACCESO Y RUTA	
Recorrido	1
Tramo	2
Acceso	Terrestre
Medio de transporte	Pie, bicicleta, caballo
Vía de acceso	A través de la península o de la bahía (en lancha.)
Distancia	0.15 km y .45KM
Tiempo	10 y 50 min respectivamente
INGRESO AL RECURSO	
Tipo de ingreso	Libre
Época propicia de visita al recurso	Cualquier época del año
Horario de visita	De 5:00 a.m. a 2:00am

Tabla 34 Ficha Cementerio de Arboles



Ilustración 63 Ubicación Geográfica Cementerio de Arboles



Ilustración 64 Inicio Cementerio de Árboles



Ilustración 65 Cementerio de Árboles por la noche

c. Evaluaciones de recursos

Es el examen crítico de los atractivos ya enumerados para establecer su interés turístico sobre bases objetivas y comparables, asignándoles la jerarquía correspondiente. Las jerarquías se denominan, de mayor a menor, jerarquía 5, jerarquía 4, jerarquía 3, jerarquía 2 y jerarquía 1; también se consideran jerarquías inferiores al umbral mínimo, como es el caso de la jerarquía 0. Los criterios de evaluación son los siguientes:



Diagrama 10 Jerarquía de los Atractivos

La evaluación de los atractivos turísticos fue ligeramente modificada con respecto a la presentada por el Centro Interamericano de Capacitación Turística (CICATUR), con el fin de amoldarla a la evaluación de los factores decisivos, importantes y deseables, antes expuestos para la evaluación del sitio de localización de los proyectos turísticos.

La productividad turística debe incluir una dimensión de la calidad en todos sus componentes, ya que si la productividad se incrementa a expensas de la calidad, los beneficios son muy pocos y a la postre disminuirán. Lo anterior significa que dentro del entorno físico de los proyectos se requiere conocerla calidad de los atractivos turísticos por cuanto que son el motivo de los viajes y la razón del incremento de los visitantes. Éste es el motivo por el cual se deben establecer intervalos para determinar la calidad de los atractivos turísticos inventariados.

Los intervalos son los mismos de la tabla de ponderación de los factores decisivos, importantes y deseables para la localización y que ya fue explicada. Dichos intervalos son los siguientes:

Jerarquización	Significado de la jerarquización
0	Atractivos no jerarquizables
1	Atractivos de calidad pobre
2	Atractivos de calidad regular
3	Atractivos de calidad buena
4	Atractivos de calidad excelente
5	Atractivos de calidad optima

Tabla 35 Significado de la Jerarquización

Al efectuarse la suma de los puntos correspondientes a las diferentes jerarquizaciones se podrá establecer la calidad de los atractivos que se encuentran en el entorno físico de los proyectos turísticos. Esa calidad se puede fijar con base en los siguientes criterios:

Calidad de los atractivos	Puntuación total	Simbología
Descartable	De 0 a 18	
Mala	De 19 a 36	
Regular	De 37 a 55	
Buena	De 56 a 74	
Excelente	De 75 a 94	
Optima	De 95 a 100	

Tabla 36 Calidad de los atractivos turísticos

A partir de la calidad buena, es decir, de 56 puntos en adelante, se puede fomentar el turismo receptivo para obtener divisas que hagan más rentables los proyectos turísticos. Cuando se cuenta con atractivos en los tres últimos intervalos, mediante un adecuado plan de marketing se puede asegurar el éxito en la productividad.

No	Nombre del recurso	Jerarquización	Ponderación	Calidad del atractivo
1	Isla Pajarito	2	56	
2	Playa La Pirraya	2	50	
3	Canal Dos Aguas	2	80	

4	Cementerio de Barcos Canal Dos Aguas	2	56	
5	Cementerio de Barcos Estero La Majadita	1	15	
6	Fábrica de Aceites de Coco	1	58	
7	Playa Espíritu Santo	1	37	
8	Fábrica de Lanchas "La Pirraya"	1	40	
9	Festival del Curil	3	92	
10	Vivero de Conchas "Los Remos"	1	60	
11	Bocana de la Bahía	3	85	
12	Isla Madresal	1	59	
13	Playa Punta San Juan	2	72	
14	Laguna Punta San Juan del Gozo	1	60	
15	Vivero de Tortuga Carey	2	70	
16	Plantación de Cocos	1	40	
17	Cementerio de Arboles	2	72	

Tabla 37 Matriz evaluación de atractivos

Los atractivos a seleccionar son aquellos que suman una ponderación de 56 o más, en la matriz anterior se realizó la ponderación y evaluación de los atractivos, resultando los siguientes con potencial de uso turístico:

- Isla Pajarito
- Canal Dos Aguas
- Fábrica de Aceites de Coco
- Cementerio de Barcos Canal Dos Aguas
- Festival del Curil
- Vivero de Conchas "Los Remos"
- Bocana de la Bahía
- Isla Madresal
- Playa Punta San Juan
- Laguna Punta San Juan del Gozo
- Vivero de Tortuga Carey
- Cementerio de Arboles

2. PLANTA TURISTICA “PUNTA REAL”

El inventario de la planta turística comprende el registro de todas las instalaciones y los equipos de producción de los servicios turísticos, a los que se les denomina equipamiento. Este análisis se limita a registrar datos físicos, que son los únicos objetivos, prescindiendo de medir la calidad del servicio.

- **Diseño de ficha**

Para el registro de los recursos turísticos se debe contar con una ficha en la cual se contendrá la siguiente información:

- Nombre de recurso
- Ubicación
- Clasificación del recurso
- Jerarquía del recurso
- Medio de acceso
- Descripción del recurso turístico
- Peculiaridades del recurso.
- Estado actual
- Ruta de acceso
- Infraestructura
- Actividades desarrolladas dentro del recurso

d. Registro en ficha

Para el registro se hizo uso de las fichas diseñadas ver Anexo 4, donde se registró cada elemento importante de la planta turística. Cabe mencionar que en cada ficha en la ubicación se registró la coordenada GPS.

En el trabajo se registró toda la información necesaria acerca de la planta turística, posteriormente se resumió esta información en la ficha resumen de planta turística ver Anexos 5.

Punta Real cuenta con una infraestructura totalmente nueva que forma parte de la inversión inicial y punto de partida del proyecto de la Cooperativa.

En el siguiente croquis sin escala se muestran las áreas desarrolladas dentro de la cooperativa:



Ilustración 66 Inventario de planta turística

1. Muelle

6. Hamaquero

2. Cocina

7. Chozo

3. Restaurante

8. Cancha de Fútbol Playa

4. Piscina

9. Sombrilleros

5. Bungalós

A continuación la Ficha de Recopilación de Datos que conforman la Planta Turística, donde se detallan cada uno de las áreas desarrolladas.

- MUELLE

NOMBRE DEL RECURSO	Muelle
UBICACIÓN	
Cantón:	Corral de Mulas II
Municipio:	Puerto El Triunfo
Coordenada GPS:	13.183915, -88.467619
CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría:	Otros Servicios
Tipo:	Transporte Turísticos
Sub tipo:	-----
ACERCA DEL RECURSO	
Medio de Acceso:	Marítimo
Descripción:	Muelle o Embarcadero, es una estructura hecha de madera instalado entre la península y la laguna de que forma parte de la península Punta San Juan.
Particularidades:	<p>Es un espacio para embarcar lanchas y pequeños botes que visitan la Punta Real, y en la parte de la plataforma se ha acondicionado mesas y bancas para servir de restaurante y brindar atención a los clientes mientras disfrutan de una excelente vista panorámica de la laguna sobre la cual se encuentra. Además de estar techada con palmeras de coco procedentes del mismo lugar.</p> <p>Tiene capacidad para 16 personas cómodamente ubicadas en sus cuatro mesas. Y una escalera que conecta de las lanchas que llegan a la plataforma que la conforma.</p>
Estado actual:	Estructura recientemente construida, con madera tratada para evitar su deterioro por agua salada y con mantenimientos programados por los administradores y encargados de mantenimiento de las instalaciones. Se encuentra en perfectas condiciones.
RUTAS DE ACCESO	

Recorrido:	Se puede llegar a ella desde los dos puertos principales de la bahía, Puerto el Triunfo o Puerto Parada.
Tramo:	1
Acceso	Marítimo
Medio de transporte:	Lancha
Vía de acceso:	Maritima
Distancia:	14.8 y 9,4 km respectivamente
Tiempo:	35 min y 20 min respectivamente
Tipo de Ingreso:	Libre
Época propicia de visita al recurso:	Todo el año
Horario de visita:	de 6:00 a 7:00; 13:00 a 19:00
Especificaciones:	Su uso depende de la marea alta que cambia cada 6 horas.
INFRAESTRUCTURA	
Dentro del recurso	Fuera del recurso
(X) Agua	() Agua
() Desagüe	() Desagüe
() Luz	() Luz
() Teléfono	() Teléfono
() Alcantarillado	() Alcantarillado
() Señalización	() Señalización
() Ninguna	() Ninguna
() Otra.....	() Otra.....
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO	
Clase:	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte • Paisajismo
Actividad:	<ul style="list-style-type: none"> • Carga y Descarga de personas y productos, • Observación de Flora y Fauna • Ideal para compartir café o disfrutar

	algún platillo
DATOS COMPLEMENTARIOS	
Indicar si el recurso turístico se utiliza para otros fines:	Al tener marea alta y la laguna estar completamente llena puede utilizarse como trampolín para un chapuzón en la laguna.
Fecha:	28 – Abril – 2017

Tabla 38 Ficha de Muelle Punta Real



Ilustración 67 Muelle Punta Real



Ilustración 68 Lancha y muelle Punta Real

- **COCINA**

NOMBRE DEL RECURSO	Cocina
UBICACIÓN	
Cantón:	Corral de Mulas II
Municipio:	Puerto El Triunfo
Coordenada GPS:	13.184133, -88.467380
CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría:	Alimentación
Tipo:	Restaurante
Sub tipo:	Cocina
ACERCA DEL RECURSO	
Medio de Acceso:	Terrestre
Descripción:	Es la Cocina de Punta Real, diseñada para la preparación de alimentos, bebidas, postres y bocadillos.
Particularidades:	<p>Esta cocina ofrece su servicio durante el día y tiene disponible a los visitantes variedad de platos fuertes, cocteles, ceviches y demás, siendo su fuerte la preparación de Mariscos. Además de preparar bebidas frías o calientes</p> <p>Las bebidas alcohólicas preparadas no son de gran variedad y estilo en particular.</p> <p>La elaboración de platos a base de mariscos frescos es un plus que tiene el restaurante en sí.</p> <p>También disponen de otros tipos de comida para los que no son muy amantes de los mariscos.</p>
Estado actual:	<p>Se encuentra equipada con suficientes utensilios de cocina para elaborar alimentos que no requieren una preparación tan al detalle como comida gourmet o cocina internacional.</p> <p>Todo el equipo y utensilios son nuevos con menos de un año de uso</p> <p>Se tiene sistema de refrigeración y</p>

	<p>congelamiento que funciona con energía solar.</p> <p>Las instalaciones igualmente son nuevas y cumple con las condiciones de higiene necesarias para elaborar alimentos.</p>
RUTAS DE ACCESO	
Recorrido:	Se puede llegar a ella desde cualquier parte de la bahía en un viaje en lancha, pero su ubicación esta siempre dentro de Punta Real, y está a unos cuantos pasos del área de restaurante o del muelle donde también se puede utilizar como restaurante.
Tramo:	1
Acceso	Terrestre (o Marítimo)
Medio de transporte:	A Pie (o en lancha)
Vía de acceso:	Terrestre (o por mar)
Distancia:	-----
Tiempo:	-----
Tipo de Ingreso:	Libre
Época propicia de visita al recurso:	Todo el año
Horario de visita:	De 6:00am a 6:00 pm
Especificaciones:	La cocina trabaja normalmente con órdenes de pedido previas a la visita o de preferencia se soliciten un tiempo de comida antes (en el desayuno pedir lo del almuerzo... etc.)
INFRAESTRUCTURA	
<p>Dentro del recurso</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Agua</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Desagüe</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Luz</p> <p><input type="checkbox"/> Teléfono</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado</p> <p><input type="checkbox"/> Señalización</p> <p><input type="checkbox"/> Ninguna</p>	<p>Fuera del recurso</p> <p><input type="checkbox"/> Agua</p> <p><input type="checkbox"/> Desagüe</p> <p><input type="checkbox"/> Luz</p> <p><input type="checkbox"/> Teléfono</p> <p><input type="checkbox"/> Alcantarillado</p> <p><input type="checkbox"/> Señalización</p> <p><input type="checkbox"/> Ninguna</p>

() Otra.....	() Otra.....
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO	
Clase:	<ul style="list-style-type: none"> • Alimentación
Actividad:	<ul style="list-style-type: none"> • Preparación de Alimentos • Preparación de bebidas • Preparación de bocadillos • Atención y servicio en el Restaurante
DATOS COMPLEMENTARIOS	
Indicar si el recurso turístico se utiliza para otros fines:	-----
Fecha:	28 – Abril – 2017

Tabla 39 Ficha de la Cocina en Punta Real



Ilustración 69 Cocina de Punta Real

• RESTAURANTE

NOMBRE DEL RECURSO	Restaurante "EL RANCHO"
UBICACIÓN	
Cantón:	Corral de Mulas II
Municipio:	Puerto El Triunfo
Coordenada GPS:	13.184286, -88.467394
CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría:	Alimentación
Tipo:	Restaurante
Sub tipo:	-----
ACERCA DEL RECURSO	
Medio de Acceso:	Terrestre (o Marítimo)
Descripción:	Es el restaurante de Punta Real o Punta San Juan como se le conoce en la zona, con capacidad para unas 50 personas. Y sus principales platillos son de Mariscos.
Particularidades:	<p>El Restaurante está abierto al público durante el día pero su principal objetivo es la atención a turistas que se alojan en Punta Real. Es un restaurante muy visitado pues tiene la mejor de todas las playas que conforman la bahía.</p> <p>Equipada con suficientes mesas y sillas para la atención a los clientes es un restaurante semi al aire libre y cuenta con dos niveles.</p> <p>El segundo nivel tiene techo de palmeras lo que le da un toque rustico y artesanal.</p> <p>Es un restaurante fresco y con una cocina muy bien equipada para atender a todos los visitantes.</p>
Estado actual:	Es una infraestructura nueva, con menos de un año de uso, y actualmente se están haciendo mejoras estéticas para volverlo un espacio más cómodo para los visitantes.
RUTAS DE ACCESO	

Recorrido:	Se puede llegar a ella desde cualquier parte de la bahía en un viaje en lancha, pero su ubicación esta siempre dentro de Punta Real, y está Justo en el centro del complejo turístico. Y a unos pasos del muelle.
Tramo:	1
Acceso	Terrestre (o Marítimo)
Medio de transporte:	A Pie (o en lancha)
Vía de acceso:	Terrestre (o por mar)
Distancia:	-----
Tiempo:	-----
Tipo de Ingreso:	Semi Restringido
Época propicia de visita al recurso:	Todo el año
Horario de visita:	De 6:00am a 6:00 pm
Especificaciones:	El restaurante es un área para disfrutar de alimentos que se ofrecen en Punta Real, y solo se permite consumir alimentos que lleva el turista si este se aloja en las instalaciones de Punta Real
INFRAESTRUCTURA	
Dentro del recurso <input type="checkbox"/> Agua <input type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización <input type="checkbox"/> Ninguna <input checked="" type="checkbox"/> Otra: <u>Área Techada y con suficientes mesas y sillas para disfrutar alimentos</u>	Fuera del recurso <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input type="checkbox"/> Desagüe <input type="checkbox"/> Luz <input type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización <input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> Otra.....
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURRISTICO	
Clase:	<ul style="list-style-type: none"> • Alimentación

Actividad:	• Restaurante
DATOS COMPLEMENTARIOS	
Indicar si el recurso turístico se utiliza para otros fines:	Tiene un espacio para colgar hamacas y también puede servir como sala de reuniones.
Fecha:	28 – Abril – 2017

Tabla 40 Ficha de Restaurante El Ranchon



Ilustración 70 Restaurante "El Ranchón"



Ilustración 71 Primer nivel Restaurante "El Ranchón"

- PISCINA

NOMBRE DEL RECURSO	Piscina
UBICACIÓN	
Cantón:	Corral de Mulas II
Municipio:	Puerto El Triunfo
Coordenada GPS:	13.184086, -88.467028
CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría:	Esparcimiento
Tipo:	Instalaciones Deportivas
Sub tipo:	Piscina
ACERCA DEL RECURSO	
Medio de Acceso:	Terrestre
Descripción:	Piscina de agua potable dentro de las instalaciones del complejo turístico Punta Real
Particularidades:	Es una alberca de tamaño familiar, de dimensiones de 3x2x1.70 cuenta con su propio sistema de filtración y bomba achicadora a base de combustible.
Estado actual:	En óptimas condiciones, pero en desuso, por poca afluencia de turistas.
RUTAS DE ACCESO	
Recorrido:	A unos cuantos metros del restaurante y de los hamaqueros. Con acceso para todo el público que visita el complejo turístico Punta Real
Tramo:	1
Acceso	Terrestre
Medio de transporte:	A Pie
Vía de acceso:	Terrestre
Distancia:	-----
Tiempo:	-----
Tipo de Ingreso:	Semi-Restringido

Época propicia de visita al recurso:	Todo el año
Horario de visita:	De 6:00am a 10:00 pm
Especificaciones:	El uso de la piscina es en especial para los turistas que hacen uso del restaurante o se hospedan en Punta Real, su uso está disponible desde temprano por la mañana hasta entrada la noche, no es permitido ingresar en estado de ebriedad, o ingresar alimentos a la piscina, tampoco el usarla sin antes ducharse o ingresar con ropa no propia para nadar.
INFRAESTRUCTURA	
Dentro del recurso <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input checked="" type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input type="checkbox"/> Teléfono <input checked="" type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización <input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> Otra.....	Fuera del recurso <input type="checkbox"/> Agua <input type="checkbox"/> Desagüe <input type="checkbox"/> Luz <input type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización <input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> Otra.....
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO	
Clase:	<ul style="list-style-type: none"> • Deportes Acuáticos
Actividad:	<ul style="list-style-type: none"> • Natación • Otros juegos
DATOS COMPLEMENTARIOS	
Indicar si el recurso turístico se utiliza para otros fines:	-----
Persona encargada del llenado de la ficha:	Eliu Ayala
Fecha:	28 – Abril – 2017

Tabla 41 Ficha de Piscina

- BUNGALOS

NOMBRE DEL RECURSO	Bungalos
UBICACIÓN	
Cantón:	Corral de Mulas II
Municipio:	Puerto El Triunfo
Coordenada GPS:	13.184125, -88.466918
CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría:	Alojamiento
Tipo:	Extra Hotelero
Sub tipo:	Viviendas en alquiler en casas y cabañas.
ACERCA DEL RECURSO	
Medio de Acceso:	Terrestre
Descripción:	<p>Son dos Cabañas con las que cuenta Punta Real cada una con capacidad para tres personas con baño incluido</p> <p>Las cabañas fueron hechas de construcción mixta, ladrillo y madera, con techo de palmeras de coco que proporcionan un clima fresco y agradable, sus puertas y ventanas son todas de madera.</p> <p>El baño cuenta con lo necesario, ducha, inodoro y lavamanos, todo con agua potable.</p>
Particularidades:	Poseen iluminación propia con paneles solares y una instalación adecuada para proporcionar energía y que los turistas puedan conectar pequeños aparatos electrodomésticos, como celulares, lámparas, radios etc.
Estado actual:	Con pocas ocasiones de uso desde la apertura del centro Ecoturístico Punta Real hace menos de un año y la mayoría de turistas no solicitan alojamiento en estos.
RUTAS DE ACCESO	
Recorrido:	1
Tramo:	1

Acceso	Terrestre
Medio de transporte:	A Pie
Vía de acceso:	Terrestre
Distancia:	A unos cuantos metros del restaurante
Tiempo:	-----
Tipo de Ingreso:	Semi-Restringido
Época propicia de visita al recurso:	Todo el año
Horario de visita:	24 hrs.
Especificaciones:	<p>El bungalow cuenta con una cama Semi matrimonial y un camarote pudiendo extender su capacidad a 4 o 5 personas y se desea utilizar colchoneta.</p> <p>Para el uso de los bungalos se solicita hacer reservación pues solo se cuenta con dos y en caso de los turistas deciden quedarse estaría disponible de acuerdo a ocupación y reservas de otros turistas.</p> <p>La reservación se realiza únicamente vía telefónica para que los administradores programen el recibimiento de los turistas.</p>
INFRAESTRUCTURA	
<p>Dentro del recurso</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Agua</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Desagüe</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Luz</p> <p><input type="checkbox"/> Teléfono</p> <p><input type="checkbox"/> Alcantarillado</p> <p><input type="checkbox"/> Señalización</p> <p><input type="checkbox"/> Ninguna</p> <p><input type="checkbox"/> Otra.....</p>	<p>Fuera del recurso</p> <p><input type="checkbox"/> Agua</p> <p><input type="checkbox"/> Desagüe</p> <p><input type="checkbox"/> Luz</p> <p><input type="checkbox"/> Teléfono</p> <p><input type="checkbox"/> Alcantarillado</p> <p><input type="checkbox"/> Señalización</p> <p><input type="checkbox"/> Ninguna</p> <p><input type="checkbox"/> Otra.....</p>
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO	
Clase:	<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento

Actividad:	• búngalos
DATOS COMPLEMENTARIOS	
Indicar si el recurso turístico se utiliza para otros fines:	-----
Fecha:	28 – Abril – 2017

Tabla 42 Ficha de Bungalós



Ilustración 72 Bungaló Punta Real

- HAMAQUERO

NOMBRE DEL RECURSO	Hamaquero
UBICACIÓN	
Cantón:	Corral de Mulas II
Municipio:	Puerto El Triunfo
Coordenada GPS:	13.184277, -88.467119
CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría:	Alojamiento
Tipo:	Extra hotelero
Sub tipo:	Otros
ACERCA DEL RECURSO	
Medio de Acceso:	Terrestre
Descripción:	Son pequeños kioscos con capacidad para colocar tres hamacas, una mesa para cuatro personas y un pequeño vestidor. Es pequeño pero lo suficientemente cómodo para un pequeño grupo familiar cuando viajan en grupos de excursionistas para pase de día proporcionando un lugar donde resguardar sus cosas. Mientras disfrutan de las demás atractivos de Punta Real de San Juan
Particularidades:	Ubicados en línea frente a la playa de la península del lado de la bahía a unos cuantos pasaos de
Estado actual:	Son los que presentan mayor uso desde la apertura del Centro turístico y su uso periódico obliga a realizar mantenimientos periódicos lo que permite mantener en perfecto estado.
RUTAS DE ACCESO	
Recorrido:	A cuantos pasos del resturante y de la pisina que está en el centro de del Centro Turístico Punta Real
Tramo:	1
Acceso	Terrestre
Medio de transporte:	A Pie

Vía de acceso:	Terrestre
Distancia:	-----
Tiempo:	-----
Tipo de Ingreso:	Semi-Restringido
Época propicia de visita al recurso:	Todo el año
Horario de visita:	De 6:00am a 6:00 pm
Especificaciones:	Para hacer uso de estos se solicita un consumo mínimo por persona, en concepto de almuerzo.
INFRAESTRUCTURA	
Dentro del recurso <input type="checkbox"/> Agua <input type="checkbox"/> Desagüe <input type="checkbox"/> Luz <input type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización <input checked="" type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> Otra.....	Fuera del recurso <input type="checkbox"/> Agua <input type="checkbox"/> Desagüe <input type="checkbox"/> Luz <input type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización <input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> Otra.....
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO	
Clase:	<ul style="list-style-type: none"> Naturaleza
Actividad:	<ul style="list-style-type: none"> Observación de Aves Observación de Flora Observación de Fauna Actividad de relajación
DATOS COMPLEMENTARIOS	
Indicar si el recurso turístico se utiliza para otros fines:	<ul style="list-style-type: none"> Resguardo de equipaje o maletas de turistas Área de degustación de alimentos.
Fecha:	28 – Abril – 2017

Tabla 43 Ficha de Hamaqueros

- CHOZA

NOMBRE DEL RECURSO	CHOZA
UBICACIÓN	
Cantón:	Corral de Mulas II
Municipio:	Puerto El Triunfo
Coordenada GPS:	13.184239, -88.467531
CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría:	Alojamiento
Tipo:	Extra hotelero
Sub tipo:	-----
ACERCA DEL RECURSO	
Medio de Acceso:	Terrestre
Descripción:	Es una galera hecha con pilares de madera y techo de palmas de coco aproximadamente 3x7 m ²
Particularidades:	Diseñada para desarrollo de actividades o bien para área de preparación o inspección de una jornada de pesca.
Estado actual:	Se encuentra ubicada sobre la arena, y no posee mayor infraestructura que los pilares y la sombra que proporciona.
RUTAS DE ACCESO	
Recorrido:	Se encuentra a unos cuantos pasos justo al ingresar al centro turístico Punta Real de San Juan por el lado del muelle.
Tramo:	1
Acceso	Terrestre
Medio de transporte:	A Pie
Vía de acceso:	Terrestre
Distancia:	-----
Tiempo:	-----
Tipo de Ingreso:	Semi-Restringido

Época propicia de visita al recurso:	Todo el año
Horario de visita:	De 6:00am a 6:00 pm
Especificaciones:	Su uso requiere autorización de acuerdo a disponibilidad según lo hayan solicitado otros turistas.
INFRAESTRUCTURA	
Dentro del recurso <input type="checkbox"/> Agua <input type="checkbox"/> Desagüe <input type="checkbox"/> Luz <input type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización <input checked="" type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> Otra.....	Fuera del recurso <input checked="" type="checkbox"/> Agua <input type="checkbox"/> Desagüe <input checked="" type="checkbox"/> Luz <input type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización <input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> Otra.....
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO	
Clase:	<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento
Actividad:	<ul style="list-style-type: none"> • Otros
DATOS COMPLEMENTARIOS	
Indicar si el recurso turístico se utiliza para otros fines:	-----
Fecha:	28 – Abril – 2017

Tabla 44 Ficha de Chozas

• **CANCHA DE FUTBOL PLAYA**

NOMBRE DEL RECURSO	Cancha de Futbol Playa
UBICACIÓN	
Cantón:	Corral de Mulas II
Municipio:	Puerto El Triunfo
Coordenada GPS:	13.184370, -88.466296

CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría:	Deportes/Aventura
Tipo:	Juegos en grupo
Sub tipo:	Futbol de Playa
ACERCA DEL RECURSO	
Medio de Acceso:	Terrestre
Descripción:	Es una pequeña cancha de futbol playa con dimensiones oficiales mínimas, situada en la arena justo frente a la bahía dentro del complejo turístico Punta Real.
Particularidades:	Las medidas son reglamentarias y las porterías de tubo estructural, con los implementos para colocar red, la ubicación panorámica deja una agradable experiencia y su posición es de norte a sur, para evitar deslumbramiento.
Estado actual:	En desuso no está siendo promocionada por los encargados del Centro Turístico Punta Real de San Juan, y se encuentra fuera de mantenimiento.
RUTAS DE ACCESO	
Recorrido:	1
Tramo:	1
Acceso	Terrestre
Medio de transporte:	A Pie
Vía de acceso:	Terrestre
Distancia:	-----
Tiempo:	-----
Tipo de Ingreso:	Semi-Restringido
Época propicia de visita al recurso:	Todo el año
Horario de visita:	De 6:00am a 6:00 pm
Especificaciones:	Está disponible para todos los turistas alojados en el centro turístico y su uso depende de la disponibilidad para compartir con otros turistas.

INFRAESTRUCTURA	
Dentro del recurso	Fuera del recurso
() Agua	(X) Agua
() Desagüe	() Desagüe
() Luz	(X) Luz
() Teléfono	() Teléfono
() Alcantarillado	() Alcantarillado
() Señalización	() Señalización
(X) Ninguna	() Ninguna
() Otra.....	() Otra.....
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO	
Clase:	<ul style="list-style-type: none"> • Deportes/Aventura
Actividad:	<ul style="list-style-type: none"> • Juegos de Futbol
DATOS COMPLEMENTARIOS	
Indicar si el recurso turístico se utiliza para otros fines:	-----
Fecha:	28 – Abril – 2017

Tabla 45 Ficha de Futbol Playa



Ilustración 73 Cancha de Futbol Playa Punta Real

• **SOMBRILLEROS**

NOMBRE DEL RECURSO	Sombrilleros
UBICACIÓN	
Cantón:	Corral de Mulas II

Municipio:	Puerto El Triunfo
Coordenada GPS:	13.184340, -88.467543
CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría:	Alojamiento
Tipo:	Extra Hotelero
Sub tipo:	Otros
ACERCA DEL RECURSO	
Medio de Acceso:	Terrestre
Descripción:	Son mesas redondas de concreto ubicados a la orilla de la playa con una sombrilla muy grande hecha de palmas de coco con capacidad para seis personas
Particularidades:	Están justo frente a la playa ideales para disfrutar de la brisa de la bahía y tomar una refrescante bebida, platicar o compartir juegos de mesa.
Estado actual:	En reconstrucción, deterioradas por el temporal de invierno del año anterior.
RUTAS DE ACCESO	
Recorrido:	Se encuentra en el lado posterior del muelle, y se puede acceder desde la entrada al centro Ecoturístico.
Tramo:	1
Acceso	Terrestre
Medio de transporte:	A Pie
Vía de acceso:	Terrestre
Distancia:	-----
Tiempo:	-----
Tipo de Ingreso:	Semi Restringido
Época propicia de visita al recurso:	Todo el año
Horario de visita:	De 6:00am a 10:00 pm
Especificaciones:	Su uso es de acuerdo a disponibilidad de los turistas que llegan al Centro Turístico.

INFRAESTRUCTURA	
Dentro del recurso	Fuera del recurso
() Agua	(X) Agua
() Desagüe	() Desagüe
() Luz	(X) Luz
() Teléfono	() Teléfono
() Alcantarillado	() Alcantarillado
() Señalización	() Señalización
(X) Ninguna	() Ninguna
() Otra.....	() Otra.....
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO	
Clase:	<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento
Actividad:	<ul style="list-style-type: none"> • Otros
DATOS COMPLEMENTARIOS	
Indicar si el recurso turístico se utiliza para otros fines:	-----
Fecha:	28 – Abril – 2017

Tabla 46 Ficha de Sombrilleros

CAPITULO III INVESTIGACION DE LOS MERCADOS TURISTICOS



CAPITULO III INVESTIGACION DE LOS MERCADOS TURISTICOS

En el capítulo que se presenta a continuación se abordara la investigación realizada a los diferentes mercado tanto el competidor, consumidor, el de apoyo conocido como mercado abastecedor y el mercado distribuidor para cada uno se colocara al inicio de cada apartado la forma en cómo se abordó la recolección de información.

A. MERCADO COMPETIDOR



Diagrama 5 Metodología de mercado competidor

1. IDENTIFICACIÓN DE LA COMPETENCIA

La competencia que se asocia a la Punta San Juan del Gozo, se determinara en base a los perfiles generales de la competencia asimismo se utilizara el Diagrama de Círculos Concéntricos aplicado a la competencia para asignar la competencia directa, la competencia indirecta y los sustitutos tomando en cuenta que para este último por la naturaleza del tema que se aborda será demasiado extenso la cantidad de sustitutos ya que es turismo y toda actividad turística calificaría como sustituto por ello se tomaran a consideración aquellos que se consideren más sobresalientes de la gama de sustitutos y que además sean más cercanos al Ecoturismo o sus derivaciones como son turismo rural.

Se tomara en consideración que existen tres tipos de competencias:

Competencia directa: Son todas aquellas que están en el mismo sector con canales de distribución idénticos y que sus productos o servicios son parecidos o similares y con el mismo target. Cabe destacar que aquí se tomara en consideración características especiales como que la Bahía de Jiquilisco es una reserva natural y pertenece a la ruta de Sol y Playa y dentro de la competencia directa se tomaran algunos destino que se han desarrollados y que pertenecen a la misma ruta turística donde algunas también están catalogadas como iniciativas de Ecoturismo asimismo algunas son reservas naturales del país.

Competencia indirecta: Son todas aquellas que están en el mismo sector, con los mismos canales de distribución, tienen el mismo target cubriendo las mismas necesidades, pero el producto o servicio que ofrecen es diferente pero satisface la misma necesidad.

Sustitutos: Son los que satisfacen la necesidad principal del producto o servicio, pero tienen otro target y sector.

- **Competencia Directa**

Que ofrezcan:

- Ecoturismo y/o similar.
- Pertenezcan a la Ruta de Sol y Playa
- Ofrezcan Servicio de Alojamiento
- Servicio de Restaurante
- Servicio de Piscinas
- Playa
- Actividades que involucren la naturaleza
- Paseos en Lancha
- Senderismo
- Actividades Acuáticas

- **Competencia Indirecta**

Que ofrezcan:

- Servicio de Restaurante
- Alojamiento (no obligatorio)
- Paseos en Lancha

- Situadas en la Bahía de Jiquilisco

- **Sustitutos**

Que ofrezcan:

- Servicio de Restaurante
- Servicio de Alojamiento
- Turismo Rural
- Balnearios con temas Ecoturístico

Teniendo un parámetro para considerar quienes aplicarían para ser competencia directa, indirecta y sustitutos se procede a realizar el diagrama del círculo concéntrico el cual estará integrado de la siguiente manera:

Primer nivel (Turquesa)

Es la competencia más directa se considera a Bahía Sport, Solisal, El Delfín, Hostales de Xirihualtique, Sol de Tasajera, Puerto Barilla, Golfo de Fonseca, El Tunco, Puerto de la Libertad, la Barra de Santiago, la Costa del Sol, Playa los Cobanos, Playa el Cuco, Las Tunas, por ser los que cumplen a cabalidad o con la mayor cantidad de características similares a los servicios que prestan actualmente y los que se desean incorporar a la Punta San Juan cuando esté plenamente desarrollada y que pertenezcan a la Ruta de Sol y Playa del país.

Segundo nivel (Verde)

En la competencia indirecta se considera a Restaurante Stefany, Restaurantes Flotantes, Restaurantes Alrededor del Malecón como Cayuquito, Sr. Tiburón, La Mariscada, donde estos ofrecen a lo sumo 3 características similares a las que ofrece actualmente en el Centro Ecoturístico Punta Real el cual forma parte del área a desarrollar en la Punta San Juan del Gozo y se encuentran a la inmediación del lugar. Y que la mayor característica que compartan sea que están ubicados en la Bahía de Jiquilisco.

Tercer nivel (Amarillo)

En este nivel están incluidos todos los tipos de turismo ya que estos podrían suplir la necesidad que tiene las personas pero para fines de la investigación se tomara a consideración aquellos que tengan ofertas turísticas a nivel de turismo rural; entre las cuales se puede mencionar Eco parque El Espino, La Puerta del Diablo, Parque Ecoturístico Tehuacán, Hostal Miramundo.



Ilustración 74 Círculo concéntrico de Competencia

* DESGLOSE DE LA COMPETENCIA DIRECTA POR ZONAS

Zona Central

- El Tunco
 - ✓ Dale dale café
 - ✓ Teckla

- La Costa del Sol
 - ✓ Centro Recreativo Costa del Sol
 - ✓ Tortuga Village

- Sol de Tasajera

Zona Occidental

- Barra de Santiago
 - ✓ Café Mescal

- Los Cobanos
 - ✓ Hotel y Restaurante Los Cobanos
 - ✓ Hostal Casa Garrobo

- Puerto de la Libertad
 - ✓ La Posada de Don Lito

Zona Oriental

- Playa el Cuco
 - ✓ Tortuga Verde

- Golfo de Fonseca
 - ✓ Isla Zacatillo (Restaurante Brisas del Golfo y Zacatillos Tours)

- Playa Las Tunas
 - ✓ Mar y Sol

Bahía de Jiquilisco

- ✓ Bahía Sport
- ✓ Solisal
- ✓ El Delfin
- ✓ Hostales de Xirihualtique
- ✓ Puerto Barillas

2. FUENTES DE INFORMACION

a. Fuentes de datos primarios

La información primaria es la que se obtiene de la investigación de campo y tomando en cuenta que la competencia es una variable difícil de estudiar ya que no filtran su información con facilidad se realizó una investigación de campo limitada a la utilización de técnicas como la Check-lists, Mystery Shopping y la observación directa.

- **Check-lists**

Esta técnica es un formato creado para recolectar datos ordenadamente o controlar el cumplimiento de una lista de requisitos, en la investigación de la competencia se hizo uso de esta técnica para realizar posteriormente una comparación entre la competencia y lo que actualmente ofrece Punta San Juan así como lo que podría llegar a ofrecer.

- **Mystery Shopping**

Es una técnica utilizada para evaluar y medir la calidad en la atención al cliente pero también son usadas para realizar análisis que genere posteriormente ventajas competitivas. Durante el estudio de las diferentes competencias se realizó compra en los restaurantes, alojamiento, participación en algunas actividades turísticas que ofrecían, se realizó un recorrido por cada una de las instalaciones asimismo se dialogó con empleados de los lugares sometidos a investigación entrevistándoles sobre los servicios que brindan, las modalidades, precios entre otros.

- **Observación Directa**

La observación es un elemento fundamental de todo proceso investigativo, esta técnica se aplicó durante la investigación de campo ya que las apreciaciones, experiencias, sentimientos y demás aspectos observados durante las visitas se utilizarán posteriormente para complementar el análisis del mercado competidor en conjunto con las dos técnicas mencionadas anteriormente.

b. Fuentes de datos secundarios

Para estudiar la competencia correspondiente a los sustitutos se hará uso de los sitios web tomando en consideración que para el caso de la Punta San Juan del Gozo será sustituto todo tipo de turismo que se ofrezca ya que estos solventan la necesidad de realizar actividades de esparcimiento pero para efectos de la investigación se considerará los sustitutos que ofrezcan turismo rural para el cual se contará con los sitios web.

A continuación se detallan los sitios web consultados para cierta parte de la investigación de la competencia correspondiente a los sustitutos.



	<p>http://elsalvador.travel/impressive/en/discover/.</p>
	<p>http://www.hostalmiramundo.com/</p>
	<p>https://turismoesv.wordpress.com/category/ecoturismo/.</p>

Tabla 47 Sitios Web de los Sustitutos

3. INVESTIGACION DE CAMPO

a. Método a utilizar

La investigación se realizara por medio de la aplicación de técnicas a los competidores directos e indirectos de Check-lists y de Mystery shopping además de la observación directa y preguntas formuladas a las personas que están al frente de los lugares turísticos a visitar los cuales influyen como competencia al Centro Ecoturístico Punta Real el cual es parte de la Punta San Juan del Gozo la cual es el área a desarrollar, cabe recalcar que este sondeo será de carácter cualitativo ya que no se someterá a encuestas ni otro instrumento que permita cuantificar los hallazgos encontrados en la competencia que se investigara.

Para ver los instrumentos de recolección de datos de la Competencia trasladarse a Anexos 6.

A continuación se presenta un esquema de cómo se realizó la visita de campo a la competencia

a. Esquema de la competencia visitada a nivel nacional y de Bahía de Jiquilisco

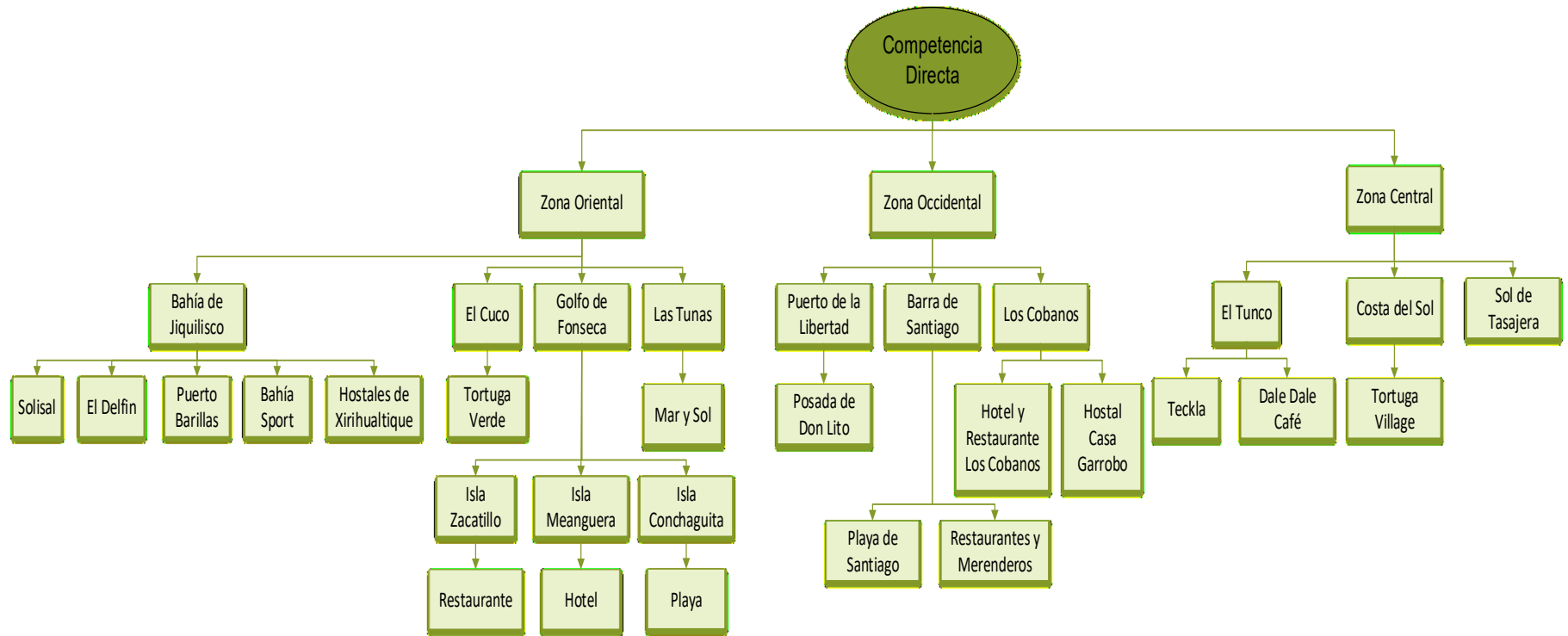
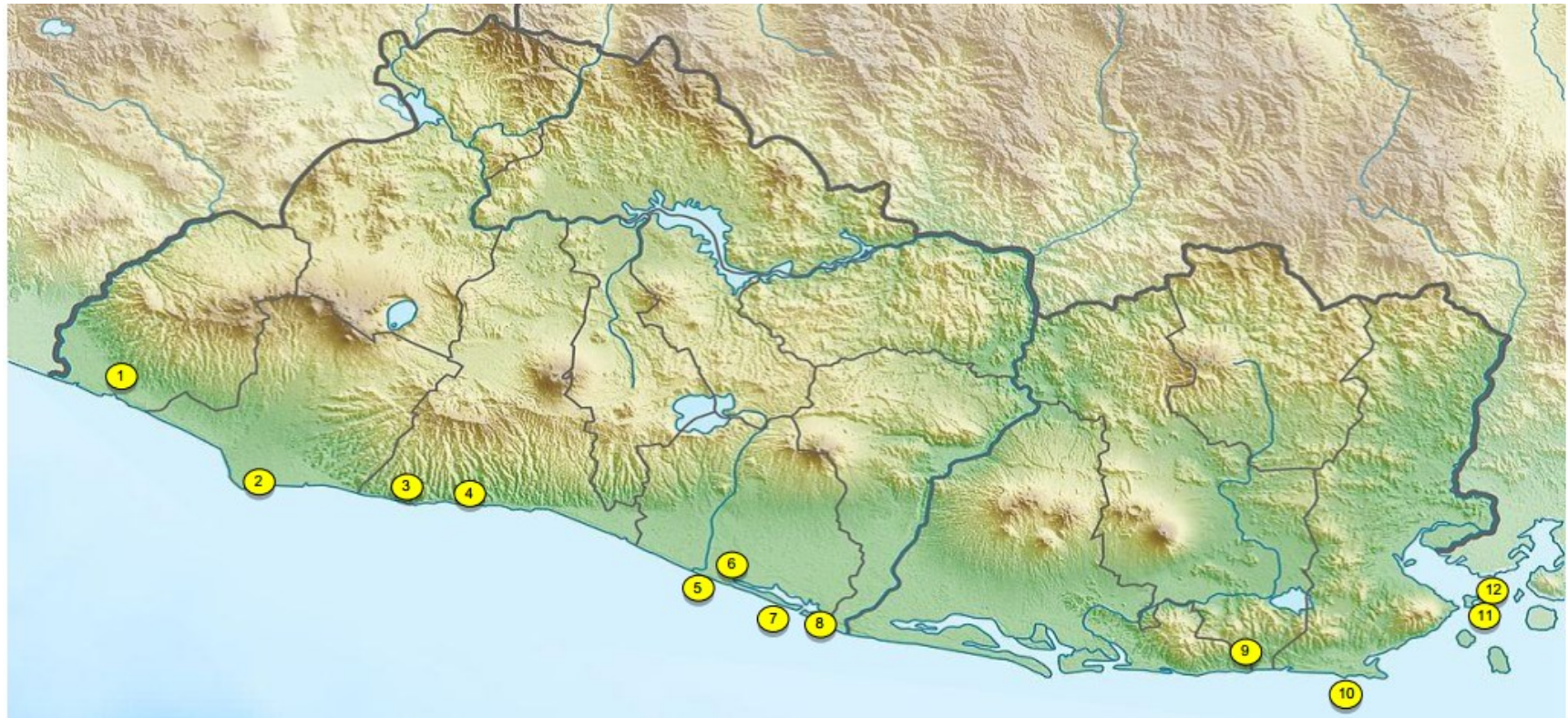


Diagrama 11 Competencia visitada en Etapa de Diagnostico

A continuación se presenta un mapa con la ubicación de los competidores a nivel nacional que pertenecen a la Ruta de Sol y Playa que se visitaron:

b. Mapa de la Competencia Visitada a Nivel Nacional



nivel nacional

Ilustración 75 Competencia a

- 1 Barra de Santiago
- 2 Los Cobanos
- 3 El Tunco

- 4 El Malecón Puerto de la Libertad
- 5 Centro Recreativo Costa del Sol ISTU
- 6 La Tortuga Village

- 7 Restaurantes del Estero de Jaltepeque
- 8 Sol de Tasajera
- 9 Tortuga Verde

- 10 Hotel y Restaurante Mar&sol
- 11 Restaurante Brisas del Golfo
- 12 Zacatillo Tours

Mapa con la ubicación de los competidores visitados en la Bahía de Jiquilisco siendo estos tanto competidores directos e indirectos:

c. Mapa de la Competencia Visitada en La Bahía de Jiquilisco



- | | | |
|----------------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|
| 1 Solysal | 6 Bahía Sport | 11 Sr. Tiburon |
| 2 Restaurante El Delphin Dorado | 7 Puerto Barillas | 12 Hotel y Restaurante Xirihualtique |
| 3 Hotel y Restaurante Estefany | 8 Malecón Puerto El Triunfo | |
| 4 Restaurantes Flotantes | 9 La Mariscada | |
| 5 Centro Ecoturístico Punta Real | 10 El Cayuquito | |

Ilustración 76 Competencia Visitada en la Bahía de Jiquilisco

4. COMPETIDOR DIRECTO

Se presenta a continuación el listado de los competidores que se consideran directos para el Centro Ecoturístico Punta Real, ya que estos ofrecen igual o la mayoría de servicios que ofrece Punta Real y/o tienen un concepto similar.

- Bahía Sport
- Solisal
- El Delfín
- Hostales de Xirihualtique
- Puerto Barrillas
- Barra de Santiago
- Playa Los Cobanos
- El Tunco
- Puerto de la Libertad
- Estero de Jaltepeque
- Hostal y Camping Oasis de Tasajera / Sol de Tasajera
- Costa del Sol
- Golfo de Fonseca
- Playa El Cuco
- Playa Las Tunas

Continuación se presenta un esquema de cómo se abordó la visita a los diferentes competidores directos e indirectos tanto a nivel de Bahía de Jiquilisco como a nivel nacional.

Posteriormente se presentan dos mapas uno con la ubicación de los competidores visitados a nivel nacional y el segundo mapa con la ubicación de la competencia visitados a nivel de Bahía de Jiquilisco. En el caso de los competidores que son considerados como directos.

- **Bahía sport**

Está ubicado en las inmediaciones a la Bahía de Jiquilisco por la investigación de campo se pudo obtener información respecto a los diferentes aspectos como promociones, servicios que ofrecen, precios entre otros.

Con operaciones en El Salvador desde el 2006, Bahía Sport Hotel Restaurante & Bar atiende a su clientela en la Isla Madresal de la Bahía de Jiquilisco tiene acceso vía marítima y aérea ya que tienen un espacio es decir un helipuerto, asimismo cuenta con todos los servicios básicos.



Ilustración 77 Bahía Sport



Restaurante



Alojamiento



Piscina



Kayak



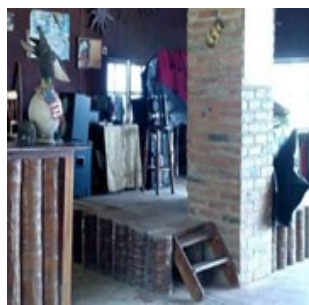
Motos acuaticas



Paseo en lancha



Bar



Karaoke



Pesca artesanal








		
Fogatas	Camping	Hamacas
		
Ranchos	Playas	Senderismo
		
Jumbo dog		

Tabla 48 Servicios de Bahía Sport

Seguridad Privada 24 h
Energía Eléctrica
Servicio de agua potable
Transporte Marítimo y Terrestre
Servicio de bar y restaurante 24 h
Habitaciones Amuebladas
Habitaciones con A/C
Playa Camaronera

Canchas de Futbol
Canchas de Voleibol
Música en las instalaciones

Tabla 49 Complementos a los Servicios de Bahía Sport

Promociones

- Ofrecen paquetes con precios especiales para grupos de 5 personas en adelante. Por ejemplo pague \$37.50 por personas toda incluida comida 1 hora de Kayak y transporte.
- Ofrecen paquetes para parejas de estadías de 2 días y pagan solo el valor de un día estas ofertas la lanzan en cupón club. (\$35 por personas en vez de pagar \$75 por personas esa es un promoción de tiempo limitado)
- En fechas como día de la madre, el maestro y otros días festivos lanzan paquetes con descuentos para grupos familiares e individuales.

Para observar los precios que maneja Bahía Sport ver anexos 7.

Directo	Indirecto
Página Web http://www.bahiasport.info/	Cupón Club
Facebook Hotel Bahía Sport	Lancheros de la zona les promocionan

Tabla 50 Canales de Distribución de Bahía Sport

<p>Marketing</p> <p>Promocionan con fotografías en las redes sociales sus instalaciones e incluso de playas que no pertenecen a la Isla Madrigal y que son inclusive de playas aledañas como la Punta de San Juan, para ello no gastan dinero pero si gastan tiempo de la jornada laboral del encargado del lugar. Invierten en volantes que les promocionen. Poseen camisetas alusivas a Bahía Sport Les pagan a los lancheros para que estos les promocionen donde la contribución es</p>	<p>Modelos de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelo de ingresos por la venta de servicios directa. • Modelo de ingresos por publicidad contextual. • Compartir ingresos conocido como <i>Yield Management</i>. • Modelo de ingresos por Ofertas (publicidad)
--	--

de \$2 si llevan clientes.	
<p>Mapas Tecnológicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Innovación en una playa para criadero de camarones. • Maquinaria y equipo / un laboratorio para cría de larvas de camarón. • Poseen Jet skin • Lanchas con motores 60 • Aires acondicionados • Sistema de agua potable (tanque) • Sistema de bombeo para la piscina 	<p>Plataforma de Oferta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook • YouTube • Google • Cupón Club <p>Experiencia de Usuarios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Directa con el encargado del lugar (empleado) tanto en persona como a través de los medios de comunicación.

Tabla 51 Características Extras de Bahía Sport

d. Solisal

Abrió sus puertas al público en el año 2005, SoliSal da la experiencia de vivir la magia de la Bahía de Jiquilisco, una reserva natural virgen por explorar de 400 kilómetros cuadrados. Se encuentra rodeado de manglares y volcanes, el hotel se ubica en la península de San Juan del Gozo, cuenta con servicios de alojamiento, restaurante y actividades acuáticas está abierto los 7 días de la semana y dan servicio de 24 horas si así se requiriera por parte de los turistas.



Ilustración 78 Solisal Instalaciones

Servicio que ofertan:



Restaurante



Alojamiento



Piscina



Kayak



Motos acuaticas



Paseo en lancha



Paseo en lancha deportiva



Ranchos



Pesca artesanal







		
Fogatas	Donuts y Water sky	Hamacas
		
Bananas	Playas	Senderismo

Tabla 52 Servicios que oferta Solisal

Servicio de Agua Potable
Servicio de Luz Eléctrica
Parqueo
Acceso vía Marítima y Terrestre
Paseos a Caballo para playa virgen la Playón
Habitaciones con Aire Acondicionado
Rampas para descender de diferentes tipos de lanchas (personas especiales)
Clases de Wáter Sky

Tabla 53 Complementos a los Servicios que Ofrece Solisal

Promociones

- Manejan precios fijos para los grupos de 12 personas en adelante.
- Precio por uso de instalaciones y piscinas de \$5.00 por persona.
- Los niños pagan mitad de precio por uso de instalación y piscinas.

- Precios varían en Pascua, Semana de Agosto, Navidad y Fin de Año.

Canales de Distribución

Directo	Indirecto
Facebook Hotel y Restaurante Solisal, Bahía de Jiquilisco	Sitio Web https://www.tripadvisor.com.mx/
Página Web http://www.hotelsolisal.com/	Sitio Web http://visitaelsalvador.com/hotel-solisal-centro-recreativo-bahia-de-jiquilisco/
Correo y Teléfono Fijo info@hotelsolisal.com (503) 7890-2638	Lancheros de la zona

Tabla 54 Canales de Distribución de Solisal

Marketing

- Utilizan la red social Facebook para promocionar las instalaciones con fotografías de clientes que han utilizado sus servicios.
- Los lancheros promocionan el lugar con los clientes que llegan al Malecón de Puerto el Triunfo se les da incentivo de \$2.00 por grupo y la comida.
- Tienen socios con páginas web que sirven de intermediarios entre ellos y los turistas que además promocionan el lugar para generar que los turistas compren los paquetes por esas páginas.

Para ver los precios de menú de Solisal dirigirse a anexo 8

Modelo de Ingresos	Mapa Tecnológico
<ul style="list-style-type: none"> • Publicidad Contextual • Modelo de vender directamente sus servicios • Compartir ingresos Management 	<p>Poseen Lanchas deportivas con motores 150hp, 90hp, 225 hp</p> <p>Tienen un mini ferri "Coloco"</p> <p>Poseen Sistema de agua y balde para simular una caída de agua en la piscina</p>

	Mini Split
<p>Plataforma de Oferta</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Facebook ● YouTube ● TripAdvisor ● Booking.com ● Google 	<p>Experiencia de Usuarios</p> <p>Tiene una experiencia directa con los encargados del lugar es decir el empleado que funge como gerente.</p> <p>Tienen una experiencia indirecta cuando compran en base a las páginas web afiliadas a Solisal.</p> <p>Tienen una experiencia indirecta cuando los lancheros ofertan los lugares turísticos de la Bahía de Jiquilisco.</p>

Tabla 55 Características Extras de Solisal

e. El Delfín

El delfín es un Bar y Restaurante que abrió sus puertas al público en el año de 2005 es caracterizado por ofrecer servicios para eventos de gran magnitud en las inmediaciones de Puerto El Triunfo ofrece amplias instalaciones además de acceso vial y marítimo.

El Delfin es uno de los restaurantes que ofrece servicios para eventos sociales asimismo ofrece servicio de restaurante a precios accesibles en la zona.



Ilustración 79 Instalaciones del Delfín

Servicios que ofrece:




		
Restaurante	Alojamiento	Piscina
		
Bar	Mirador	Paseo en lancha artesanal
		
Ranchos	Recepcion	Pesca artesanal
		
Playa	Cancha de futbol	Hamacas

Tabla 56 Servicios que Oferta El Delfin

Habitaciones con Aire Acondicionado
Acceso Marítimo
Acceso Terrestre
Servicio de Agua Potable
Servicio de Luz Eléctrica
Servicio de Arreglo de Mesas para eventos

Tabla 57 Complementos a los Servicios que Oferta El Delfín

Promociones

- Aplican descuentos especiales a servicios de restaurante para recepciones es decir si pasa de 50 personas se arrenda el local por \$50 más el consumo mínimo de \$4.00 por personas.
- No manejan precios especiales ni en Semana Santa ni feriados mantienen sus precios esa es la lógica de diferenciación en precios que manejan.
- Ofrecen paquetes especiales para eventos con alojamiento.

Precios



Tabla 58 Menús y Precios del Delfín

<p>Marketing No se promocionan salvo publicidad de boca oreja que genera el lancharo de Puerto El Triunfo cuando llegan turistas al malecón. Al cual le dan por grupo que lleva la comida (almuerzo y \$2.00). Propaganda de parte de la Alcaldía de Puerto El Triunfo.</p>	<p>Modelos de Ingreso Modelos de Venta de Productos y Servicios Directa Plataforma de Oferta No poseen ninguna plataforma de oferta en redes sociales e internet.</p>
<p>Mapa Tecnológico No poseen especialización y automatización demasiado notoria. Poseen una Maquina de Karaoke Motor 50hp para ofrecer paseos Aires Acondicionados</p>	<p>Experiencia de Turista La experiencia es indirecta mayormente con los lancharos de la zona a que ellos no se publicitan e incluso en sus alrededor es la publicidad de boca oído la que se genere con los turistas ya que es bastante popular más que todo en materia de lugar de recepciones. La experiencia es directa cuando llegan al lugar e interactúan con los encargados o llaman al lugar para reservar.</p>

Tabla 59 Información extra del Delfin

f. Puerto Barrillas

Puerto Barillas es un bello y acogedor destino turístico donde los turistas pueden conectarse con la naturaleza. Sus amplias instalaciones incluyen piscina, área social (con WiFi), áreas para relajarse, restaurante y tienda de conveniencia. Ofrecen un área de alojamiento, estilo “jungle lodge” cuenta con confortables “casas de árbol” y apartamentos. Ofrecen una diversidad de actividades, entre ellas: tours por la Bahía de Jiquilisco, tours en bicicleta, alquiler de Kayak, tour a santuario de monos arañas, tour a plantación de cacao, tours de pesca está ubicado en Km. 108.5- CA2 (Carretera al El Litoral), desvío Hacienda La Carrera, Usulután (Bahía de Jiquilisco) además se puede acceder por vía marítima.



Ilustración 80 Puerto Barillas

Servicios que ofrecen:


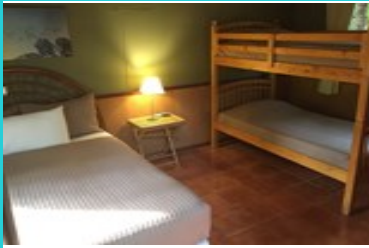










		
Restaurante	Alojamiento	Tour por la Bahías
		
Muelle	Pesca deportiva	Tour hacienda de cacao
		
Visita a santuario del mono	Tour en bicicleta	Paseo en lancha panga
		
Kayak	Tienda de conveniencia	Piscina

Tabla 60 Servicios que Ofertan

Servicios Sanitarios
Membresías
Servicio de Transporte
Sala de eventos sociales
Salas de relajamiento
Salas de interacción social
Aceptan Mascotas
Agua Caliente en habitaciones
Aire Acondicionado
Poseen Barbacoa los apartamentos

Tabla 61 Complementos extras de Puerto Barillas

Promociones

- En el mes de Septiembre aplican descuento del 20% off sobre los paquetes turísticos.
- Precios Especiales a Grupos Grandes
- En temporadas altas aumentan precios en un 20%
- Mantienen precios fijos en el resto de los meses

DIRECTA	INDIRECTA
Página Web http://www.puertobarillas.com/welcome/	Sitio Web Booking.com
Facebook https://www.facebook.com/puertobarillaslodgeelsalvador/about/	Sitio Web TripAdvisor

<p>Correo Electrónico</p> <p>info@puertobarillas.com.</p>	<p>Sitio Web</p> <p>Hoteles.com</p>
<p>Contacto Directo</p> <p>2675-1131</p> <p>26321802</p>	<p>Tour Operadores</p> <p>SalvadoreanTours</p>
	<p>Tour Operadores</p> <p>Green Blue Red</p> <p>Tour Operador</p> <p>LearnAndtravel.com</p>

Tabla 62 Canales de Distribucion Puerto Barillas

Marketing

Se promocionan en toda la instalación a todo le colocan el logo desde los cocos hasta el uniforme de todo el personal

- Se promocionan a través de su Facebook
- Se promocionan a través de Instagram
- Se promocionan a través de otras páginas en las de los Tour Operadores
- Se promocionan a través de google en blog
- Se promocionan a través de Sitios que ofrecen los servicios y productos que Puerto Barillas ofrece.
- A través de revistas (estas los promocionan sin que ellos lo busquen)
- Se promocionan a través de YouTube

Modelos de Ingresos

- Modelo de Ingresos por Publicidad Directa (ofrece espacios a otras empresas)
- Modelo de Ingresos por Publicidad Contextual
- Modelo de Marketing Afiliado
- Modelo de Venta de Productos y Servicios de forma Directa
- Modelo de Suscripción Premium.

Mapa Tecnológico

- Poseen maquinaria y equipo sofisticado desde las embarcaciones en que realizan los tours hasta las parrillas que contienen los departamentos que alquilan.
- Por el momento no tiene pensado invertir en maquinaria o equipo.

Plataforma de Oferta

- Facebook
- Instagram
- YouTube
- Sitios Web de negocios
- Sitios Web de Tour Operadores

g. Hostales de Xirihualtique

Este fueron construidos desde inicios del 2015 concluyendo el proyecto el año 2017 y hasta la fecha del mes de abril no han sido aperturados se espera que estos se inauguren a finales del 2017 dichos alojamientos están ubicados en la Isla Espíritu Santo en un área conocida por los locales como Tapadona, estos además tienen un concepto Eco amigable con el ambiente y aunque no cuenta con playa y no se recomienda bañar en las orillas de las instalaciones ya que existe presencia de cocodrilos.

Aunque aún nos están habilitados se prestara los siguientes servicios:

- Servicio de Restaurante
- Servicio de alojamiento ya que cuentan con 10 cabañas las cuales están equipadas con 3 camarotes pudiendo alojar a 6 personas por cabaña.
- Piscina
- Paseos en Lancha
- Interacción del avistamiento del Cocodrilo Americano

Dicha iniciativa turística obedece a la organización llamada Ayuda en Acción y se pretende emplear a jóvenes bachilleres que ya fueron capacitados previamente por la organización antes mencionada y asimismo están siendo promocionados por la Alcaldía de Puerto El Triunfo.



Ilustración 81 Restaurante Xirihualtique



Ilustración 82 Instalaciones de los Hostales de Xirihualtique



Ilustración 83 Alrededores de Hostales de Xirihualtique

- **PLAYAS DEL OCCIDENTE DEL PAÍS**

El estudio incluye la investigación de competidores directos o indirectos ubicados en las playas de la zona occidental de país.

Playas visitadas:

- La Barra de Santiago
- Los Cobanos
- El Tunco
- Puerto de La Libertad.

A continuación la descripción de los lugares visitados en cada uno de estos destinos y que se consideraron como competencia de la Bahía de Jiquilisco, lugares que tal vez no sean el mismo concepto ecoturismo de sol y playa por las variantes propias de cada lugar o por el tipo de visitantes que atienden pero que puede considerarse como competencia directa o indirecta debido a la naturaleza del ambiente y servicios que ofrecen.

h. Barra de Santiago

Municipio: Jujutla y San Francisco Menéndez

Departamento: Ahuachapán

Recorrido desde el centro de San Salvador: 108.8 km.

Tiempo del recorrido: 1 h 48 min

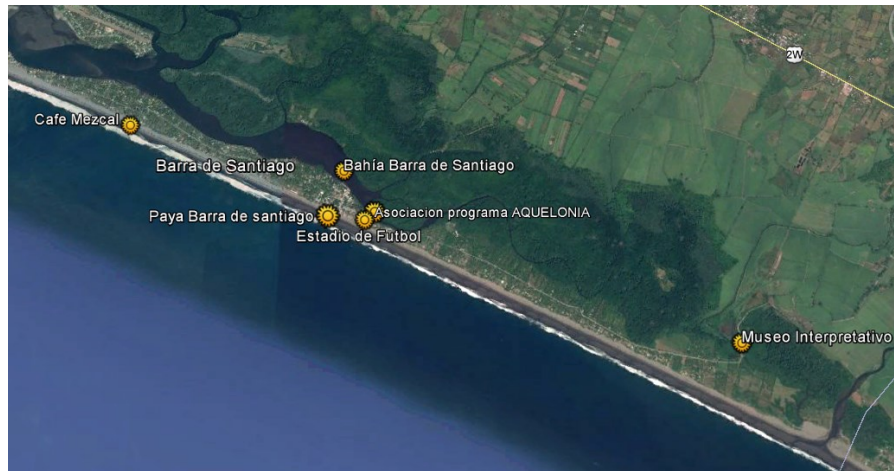


Ilustración 84 Lugares visitados Barra de Santiago

i. Playa la Barra de Santiago

Esta playa también abarca una amplia y muy bien conservada extensión de manglares donde es posible apreciar siete especies de mangle y una inmensa variedad de aves nativas y migratorias.

Por las noches también se pueden encontrar tortugas anidando, poniendo sus huevos a la orilla de la playa, y aunque estos suelen ser recolectados por personas que después los venden, en los últimos años algunas organizaciones se han preocupado por ello y han decidido crear campos donde nacen y después liberan las tortugas, debido a que algunas especies están en peligro de extinción.

En “La Barra”, como algunos le llaman a este lugar, los visitantes pueden disfrutar de frescos y variados platillos del mar, que se ofrecen en pequeños negocios. Por el lado del estero, las aguas son ideales para practicar deportes como la natación, el kayaking, el velerismo y el ski acuático.

Además, cuando hay marea alta, se puede ir mar adentro a través de la bocana de El Zapote. La zona donde se encuentran los manglares, que abarca una extensión 11,519

hectáreas entre los municipios de San Francisco Menéndez, Jujutla y Acajutla fue declarado como un sitio Ramsar en 2014, lo cual significa que es considerada como un humedal o una zona de suma importancia que hay que proteger para el desarrollo de especies, conservación de su ecosistema y uso sostenible en beneficio de la humanidad.

¿Cómo llegar? La Barra de Santiago se sitúa a 108.8 kilómetros de San Salvador, al sur del municipio de Jujutla en el Departamento de Ahuachapán, sobre la carretera CA-2W fronteriza con Guatemala. En Vehículo: Sobre la carretera del Litoral CA-2, a la altura del Km. 98.5 justo antes del puente del Río El Naranjo, cruce hacia la izquierda siguiendo una calle de terracería en buen estado que lo conducirá a través de canales hasta el pueblo de la Barra de Santiago o “el valle” como es conocido localmente. Transporte Público: Saliendo de San Salvador en la 205 que va hacia Sonsonate, baja en la terminal de Sonsonate y pregunta por el autobús va hacia Barra de Santiago.



Ilustración 85 Playa de la Barra de Santiago

Playa de uso público en general, ubicada al Sur de Jujutla municipio de Usulután su acceso es a través de una calle terraceada que conecta directamente con la playa.

La playa tiene una extensión aproximada de 2.000 hectáreas que comprende bahía, playa y manglares.

La arena de la playa es color gris claro, con poca pendiente en la zona de contacto con el mar, agua color celeste turquesa mucho más clara que las playas de la zona central del país. Esta playa es frecuentada por todo tipo de turistas pero en general por familias de la zona, también es zona de pesca artesanal.

j. Bahía de la Barra de Santiago

Es el manglar más extenso del Occidente del país. Entró en la lista de humedales de importancia internacional (Ramsar) el 16 de enero de 2014. Comprende una extensión de 11,519 hectáreas que desde 2009 es custodiada por 6 guardarrrecursos, cuando antes eran 12.

“Es el único lugar del país donde hay pez machorra”, asegura el doctor Enrique Barraza, ex responsable de Humedales del Ministerio de Medio Ambiente. Este pez está en peligro de extinción.



Ilustración 86 Bahía de la Barra de Santiago

Al norte de este complejo, en la zona de Santa Rita, habitan caimanes. Al sur, en el zanjón El Chino y en los manglares de la Barra, están los cocodrilos.

La tala es una práctica común entre los habitantes de la zona, pues se sienten con derecho a utilizar lo que dicen haber reforestado en la década de los 80, según el coordinador de guardarrecurso José Antonio Villeda²⁹.

La vida del manglar y de las especies que habitan aquí, incluyendo la humana, depende del caudal de los ríos: El Rosario, El Naranjo, El Culapa, El Guayapa, El Ahuachapío, El Cara Sucia, San Francisco, Sacramento.

El caudal de estos ha disminuido. Ejemplo de ello es el río El Naranjo, que nace a inmediaciones de El Imposible y en cuyo cauce hay mangueras para extraer el agua y represas que cambian el curso del caudal. El agua es utilizada para irrigar cultivos y pastizales.

Cuando los ríos lleguen con menos caudal a la barra disminuye la cantidad de agua dulce que se mezcla con el agua salada en los esteros, lo que a su vez provoca que los manglares se sequen.

Además, los caseríos que se abastecen del agua de los ríos, tienen cada vez menos agua a su disposición. En la Barra no solo el paisaje está en peligro, sino también la sobrevivencia de diversas especies, incluyendo la humana.

k. Asociación para la Protección de Especies Marinas

Playa Bola de Monte, la casa de las tortugas golfinas en Ahuachapán. En el departamento de Ahuachapán se encuentra Playa Bola de Monte un rincón playero ideal para disfrutar junto a la familia y amigos de la diferente oferta turística de la zona.

FIAES (Fondo de la Iniciativa para las Américas) y la Asociación de Desarrollo Comunal de Bola de Monte (Adescobdem) llevaron a cabo el lanzamiento del programa “**Quelonia**” con la participación de emprendedores involucrados en el proyecto, habitantes de la zona, tour operadores y medios de comunicación.

²⁹ Fuente: Tesoros naturales en peligro, <http://especiales.elsalvador.com/2016/sitios-ramsar/barra-de-santiago.asp>



Ilustración 87 Asociación para protección de Tortugas

Playa Bola de Monte en el departamento de Ahuachapán fue la sede de 11 playas involucradas en el proyecto Quelonia, actualmente se desarrolla el proyecto de conservación de tortugas marinas el cual es financiado por FIAES, cuyo proyecto tiene una inversión de \$73,633; dichos fondos han sido destinados a la incubación de huevos de tortugas marinas, promoción de la cultura ambiental, desarrollo de prácticas de turismo sostenible y desarrollo de programas de saneamiento ambiental.

La actividad inicio con la liberación de tortugas marinas de la especie Golfina donde habitantes y tour operadores tuvieron la oportunidad de liberar y ver como la tortuga realiza su recorrido para internarse he iniciar un viaje en las aguas del pacifico salvadoreño. Uno de los principales logros del proyecto es la incubación de 26,237 huevos con una liberación de 23,000 neonatos de tortugas marinas.

A través del **Programa de Conservación de las tortugas marinas “Quelonia”** se está apoyando con financiamiento y asistencia técnica en diversos proyectos en 11 playas donde se registra la anidación de tortugas marinas explica Jorge Oviedo, gerente general de FIAES.

El manglar el botoncillo el cual es limítrofe entre El Salvador y Guatemala donde se pueden apreciar patos, garzas, cangrejos, curiles, peces de la especie cuatro ojos, entre otros.

Los proyectos de FIAES incluyen corrales de incubación, emprendimientos comunitarios como ecoturismo, bisutería, artesanías, panadería, gastronomía. Cangrejera y San Diego en La Libertad, Costa del Sol, La Paz; Garita Palmera, Bola de Monte, Barra de Santiago, Ahuachapán; Isla de Méndez, isla Montecristo, Isla San Sebastián, El Espino, Península San Juan del Gozo en Usulután son playas involucradas con el financiamiento de FIAES.

I. Estadio Oficial de Futbol Playa

La Barra de Santiago es parte de la historia del deporte salvadoreño, ya que además de ser la sede del inicio de la I Copa Independencia, fue testigo de la inauguración oficial del primer estadio de fútbol playa del país el 27 de enero de 2012.³⁰



Ilustración 88 Estadio de Fútbol Playa ACASALBA

Alrededor de tres meses duró la construcción del escenario deportivo que contó con la colaboración de la Asociación Administradora de Aguas Benditas Barra de Santiago (ACASALBA) y la Alcaldía Municipal de Jujutla, Ahuachapán.

El monto total de la construcción es de \$65,000, que provino en su mayoría de fondos municipales. El estadio tiene capacidad para 800 personas, pero para el evento de hoy se instalarán gradas metálicas con las cuales la capacidad podría llegar a 1,000 personas.

El recinto cuenta con luz artificial y con las medidas mínimas oficiales (36 metros de largo y 28 de ancho). En el lugar se practica el fútbol playa a nivel de torneos de la comunidad y la municipalidad desde el año 2005.

m. Museo Interpretativo

En la barra de Santiago se encuentra también un Centro de Atención al Turista, que se encuentra sobre la única carretera que conduce a la playa, bocana y bahía, se encuentra a 1.5 km a lado izquierdo antes de llegar al final de dicha calle.



Ilustración 89 Caseta Información al Turista

Este centro de Atención al Turista fue inaugurado en el 2013 con ayuda de la municipalidad y de las asociaciones cooperativas de pesqueros y artesanos de la zona.

³⁰Fuente: <http://www.laprensagrafica.com/deportes/otros-deportes/284406-a-jugar-se-ha-dicho>, publicación hecha el 27 de enero de 2017, en el periódico La Prensa Gráfica.

n. Café Mezcal y Vivero de Tortugas Aquelonia

El café tiene un poco más de 5 años, de abrir sus puertas al público, Negocio de bebidas frías y calientes, con una vista al mar, por las noches lunadas y fogatas con los mejores precios



Ilustración 90 Café Mezcal, Comercio local de la Barra de Santiago

A quelonia es el nombre del plan de desarrollo de las playas que conforman la barra de Santiago para la protección del medio ambiente, y que impulsa la conservación de las especies de tortugas que viven en la zona.

Anteriormente el vivero de tortugas se encontraba ubicado en el Centro de Atención al Turista pero fue trasladado a un espacio cerca de la playa dentro de los terrenos del CAFÉ MEZCAL. Y es resguardado por el propietario del café.

<p>Restaurantes informales</p>	<p>Grupo de Ranchos de palma para alquiler de cuartos de palma de cocoo</p>	<p>Tipos de habitaciones para alquiler x día</p>
<p>Otro grupo de habitaciones para alquiler por día</p>	<p>Alquiler de habitaciones en algunos</p>	<p>Ranchos privados en alquiler</p>

restaurantes



Piscina de ranchos privados



Habitacion 3 personas



Paseo en lancha



Bar



Coctel y ceviche



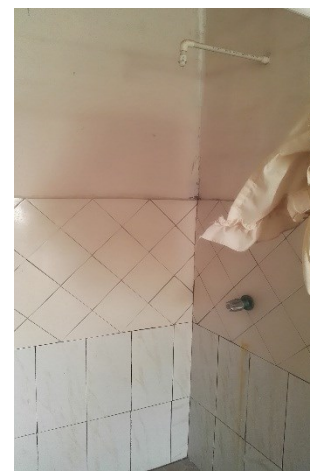
Ceviche



Liberacion de Tortugas



Pezca Artesanal



Duchas en Ranchos privados





Ilustración 91 Servicios de Restaurante y Alojamiento

Servicios complementarios

Hamacas para relajación
Música
Pago solamente en efectivo
Agua Potable
Energía Eléctrica
Servicios Sanitarios (Semi públicos) insalubres
Camas disponibles únicamente en Ranchos Privados
Ducha y sanitarios solo en Ranchos privados

Tabla 63 Servicios Complementarios

Promociones

- En el lugar no manejan el concepto de promociones y menos en temporada alta.
- Los servicios de paseo en lancha siempre los manejan de forma grupal, y hasta tener un grupo considerable se realiza el viaje, sino el viaje resulta muy costoso solo para unas cuentas personas.
- La mayoría de restaurantes presentan una cocina básica.

- Se observa un incremento en los precios de servicios de alojamiento y de alimentación por temporada vacacional.
- La mayoría de restaurantes y bares no utilizan menú para enlistar sus productos o servicios por lo mencionado anteriormente.

Canales de Distribución

Directo	Indirecto
Sin página oficial que represente al conjunto de emprendedores	Algunas páginas o algún reportaje de la zona donde aparecen fotografías o escenas de algún restaurante pero ninguno en especial
Facebook Algunos spot publicitados por los dueños del establecimiento.	Lancheros de la difícilmente les promocionan

Tabla 64 Canales de Distribución de la Barra de Santiago

<p>Marketing</p> <p>Promocionan con fotografías en las redes sociales de sus instalaciones.</p> <p>Pero hacen buen uso de la publicidad que aportan los torneos de futbol en la zona.</p>	<p>Modelos de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelo de ingresos por la venta de servicios directa. • Modelo de ingresos por publicidad contextual. • Compartir ingresos conocido como <i>Yield Management</i>.
<p>Mapas Tecnológicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Innovación en una playa para criadero de Tortugas • Preservación de bosque de mangle. • Lanchas con motores 60/40 • Aires acondicionados • Sistema de agua potable (tanque) • Sistema de bombeo para la piscina • Servicio energía eléctrica completa 	<p>Plataforma de Oferta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook <p>Experiencia de Usuarios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Directa con el encargado del lugar (empleo) tanto en persona como a través de los medios de comunicación.

Tabla 65 Características Extras de Barra de Santiago

Restaurante

Los servicios de Restaurante y alojamiento son muy variados a lo largo de esta playa, de acuerdo al tipo de turista y nivel de servicio que desee, que va desde tipo excursión hasta turismo más refinado.

Comenzando por zonas donde no hay servicio alguno, y otras donde puede encontrarse pequeños negocios de venta de comida y bebidas, la mayoría son negocios informales y sus servicios son más para venta de bebidas y bocadillos, seguido de otro grupo de negocios un poco mejor establecidos que a diferencia de los anteriores poseen un área de restaurante con mesas y sillas sobre la arena que ofrecen platos de comida del día con un nivel de atención muy básico, también puede encontrarse restaurantes más formales en cuanto a la atención y comodidad de las instalaciones que no exigen consumo mínimo ni tampoco cobro por ingreso a las instalaciones.

Instalación

Se encuentran ranchos privados que tienen un área de cocina muy bien estructurada y un restaurante mucho mejor en cuanto a comodidad, orden y limpieza, en la mayoría de estos se solicita un consumo mínimo por persona que ronda los \$5 dólares o bien se exige consumir por lo menos un plato de comida algunos de ellos tienen estacionamiento para vehículos, alquiler de habitaciones y renta de hamacas, cuentan con baño propio y muy limpio. Y en algunos tienen piscina para adultos y niños.

Alojamiento

En cuanto al alojamiento también hay variedad en la calidad de las habitaciones: que puede ser desde un pequeño cuarto con unos cuantos metros de espacio sin mueble alguno que son rentados desde \$25 hasta \$35 por grupo de 6 personas máximo, que normalmente los turistas utilizan para guardar sus pertenencias y cambiarse de ropa, otros negocios tienen renta de habitaciones pequeñas, aproximadamente 2 metros cuadrados con un par de bancas y una pequeña mesa, el promedio de alquiler por este tipo de habitación varía de \$35 a \$45 dólares por pareja o por grupo de 5 personas máximo por un periodo de 8 o 10 horas. Cabe mencionar que ninguno de estos ofrece servicio de baños.

Señalización

La señalización para llegar al lugar está en pésimas condiciones, y solo cuenta algunos rótulos modificados por los lugareños de forma improvisada, y un rótulo de tramo de carretera colocado por MOP.

En la playa algunos cuantos rótulos de indicaciones y orientación para mantener aseo en la playa y proteger a las especies del lugar.

Baños

La mayoría de restaurantes o merenderos tienen condiciones de higiene muy básicas.

Solamente en los ranchos privados que se encuentran ubicados a lo largo de la calle que conduce a la playa se tiene servicios sanitarios y duchas con agua potable 100% y en condiciones regularmente aceptables.

Atractivos Turísticos

En frente de los restaurantes de playa se puede apreciar la playa conocida como La barra de Santiago, donde los turistas pueden disfrutar de un refrescante baño.

Los viveros de Tortuga
Cultivos de Coco
La bahía
Los manglares
Pezca Artesanal
Estadio de Futbol Playa oficial

Comercialización

Poseen estandarización de precios, ya que tanto en temporada alta como baja los precios de los platillos y servicios se estandarizan en todos los comercios de la zona, además no existen paquetes turísticos establecidos. Actualmente no poseen publicidad en Facebook o Páginas Web.

Servicios Básicos

- Agua (en algunos comercios)
- Energía Eléctrica

Vías de Acceso

El medio de acceso a los atractivos de la Barra de Santiago es terrestre, a pie o en bicicleta o vehículo.

- **PLAYA LOS COBANOS**

Municipio: Acajutla

Departamento: Sonsonate

Recorrido desde el centro de San Salvador: 91.54 km.

Tiempo del recorrido: 1 h 19 min



Ilustración 92 Lugares Visitados, Los Cóbanos

Un paraíso salvadoreño, donde puedes vivir una linda experiencia. Para visitar esta hermosa playa de El Salvador tiene que dirigirse con rumbo hacia Sonsonate, luego continuar en dirección hacia Acajutla, pasando por el desvío Kilo 5, y a 3 km aproximadamente está el desvío hacia Los Cóbanos. Luego, tiene que girar a la izquierda (hacia el oriente); la playa Los Cóbanos está a unos 7 km luego de pasar ese desvío. Si prefiere llegar en autobús, entonces deberá tomar desde la terminal de occidente en San Salvador, la ruta 205 que viaja hasta Sonsonate. Luego en Sonsonate debe tomar la ruta 257 que lo lleva directo a la playa Los Cóbanos.³¹

El Complejo Los Cóbanos fue declarado como primera Área Natural Protegida marino-costera del país el 23 de noviembre de 2007, por el Ministerio del Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN). Dos años después, en 2009, el MARN suscribe un convenio con la Fundación para la Protección del Arrecife de Los Cóbanos (FUNDARRECIFE), una institución que 15 años atrás venía trabajando por la conservación y protección del arrecife, para que oficialmente se encargara del co-manejo del área

El buceo dura de 4 a 5 horas, adentrándose hasta unos 10 kilómetros en el mar y con inmersiones de hasta 30 metros de profundidad. En esta playa también se encuentran algunos hoteles y alojamientos donde usted puede pasar la noche si desea visitar este lugar por más de un día.

El tipo de alojamiento que ofrece el lugar es muy rustico y bastante básico, sobre todo al solicitar alquiler de habitaciones. La alimentación también es a base de tres platillos principales, pescado frito, cocteles y ceviches donde la mayoría de restaurantes son tipo Bar.

El ambiente familiar se desarrolla más justo sobre la arena, entre la playa y las olas.

Las actividades de relación son pocas, pues su mayor atracción es la playa rocosa, platos de comida y bebidas frías.

a. Restaurantes – Merenderos – Bar

³¹ Fuente: Playa Los Cóbanos, <http://www.elsalvadmipais.com/playa-los-cobanos>

Son la mayoría de negocios son merenderos que están comprendidos en la franja frente a la playa de los Cobanos, que tienen un área amplia techada proporcionada por la alcaldía de Acajutla para que los negocios del lugar puedan atender mejor a sus clientes bajo la sombra.



Ilustración 93 Restaurantes Merenderos Bar

Estos negocios tienen suficiente personal, un menú con patillos diferentes pero un tanto básicos, pues su fuerte es la venta de bebidas, algunos de ellos la transmisión de partidos en vivo y otros con la opción de karaoke, todos ellos tienen un servicio desde las 7:00 am hasta las 6:00 pm.

Ninguno cuenta con área de alojamiento, tienen servicios sanitarios a disposición del público en general pero con poca frecuencia de mantenimiento y limpieza.

También puede apreciarse diferentes ranchos privados con piscina propia y habitaciones muy bien amuebladas que están a la par de la playa estos normalmente son casas de verano para familias y algunos de ellos se ponen en alquiler para grupos a través de reservas telefónicas y remesas prepago. Pero el a precios altos.

b. Hotel y Restaurante Los Cobanos

El mejor lugar sin duda hasta la fecha lo tiene “Hotel y Restaurante Los Cobanos”, con calidad y atención al cliente inmejorable, y si de comodidad hablamos, está totalmente equipado, amueblado y cuenta con diferentes áreas para disfrutar plenamente las vacaciones. Además de ser el único lugar con un Instructor Certificado para clases de Buceo.



Ilustración 94 Hotel Los Cobanos

Es un hotel que cuenta con Habitaciones completamente amuebladas, tiene capacidad de alojamiento para 45 personas.

Piscina de agua potable para 25 personas, y un bar – restaurante que ofrece una variedad muy amplia de platillos, bocadillos y bebidas con y sin alcohol.

El parqueo es con capacidad para 18 vehículos tipo sedán.

Además cuenta con área de Sombrilleros alrededor de la piscina y un comedor con capacidad para 50 personas.

También hay Sombrilleros al lado exterior e interior del hotel en dirección a la playa que permiten a los turistas hacer viajes de día y tener un lugar donde resguardar sus pertenencias.

Los precios de consumo son muy aceptables, considerando que no presentan variación de precios cuando se encuentran en temporada

Las habitaciones las hay cuádruples y grupales hasta para 12 personas. Es ideal para vacacionar con grupos de amigos.

La atención y servicios son inmejorables, en toda la zona. Además de una distinción en el aseo y limpieza de cada área brinda un confort y seguridad de que todo se encuentra higiénicamente elaborado.

c. Hostal Casa Garrobo

Siendo Los Cobanos declarada una zona protegida por la biodiversidad de la zona, son pocos los establecimientos o negocios que realmente se preocupan por conservar el medio.

Hostal Casa Garrobo es el único lugar de todos Los Cobanos que realmente demuestra e inspira la conservación del medio, al brindar servicios de Alojamiento en un concepto ECOTURISTICO.



Ilustración 95 Hostal Casa Garrobo

Este alojamiento cuenta con piscina propia, pequeña de tamaño familiar, tiene área de descanso, hamacas, bancas colgantes y sillas hechas de troncos de árboles que han caído por causas naturales como temporales, rayos, erosión del suelo etc.

Además conserva la forma del suelo de la playa, evitando modificarla para brindar "Comodidad". La playa de los Cobanos es peculiar por ser una playa de origen volcánico, y poseer arrecifes naturales de roca volcánica así su playa está cubierta por una variedad de rocas, de todo tipo, planas alargadas, redondas, pequeñas y grandes, lo que por las noches forman en conjunto pequeños jacuzzis naturales.

Muchos de los visitantes optan por acampar en la arena porque la playa es bastante amplia. En ocasiones realizan fogatas para cocinar peces que han pescado en el momento, muchos de los lugareños pescan por las noches.

Todo el hostel esta cultivado con árboles frutales, principalmente cocos, tiene una glorieta alzada del nivel del suelo que brinda una visión exquisita, utilizada para tomar un café, fotografías, y paisajismo.

Sus habitaciones están hechas de construcción mixta, las bases de ladrillo, y sus paredes de adobe y techo de palmas de coco. Cuenta con doble sistema de energía electrico, La red nacional y también con Energía Solar. La decoración es muy pintoresca pues ha sido decorada con un estilo reggae playero Ecoturistico.

Tiene capacidad para 19 personas en alojamiento y un restaurante que sus platillos son comida casera y uno que otro platillo de especialidad, sobre todo para la preparación de mariscos.

Cuentan con un instructor de pesca para los que desean pescar por primera vez en mar abierto o bien en las pequeñas pozas que se forman al bajar la marea y la multitud de rocas que adornan la playa. En cuanto al servicio es una atención brindada por la familia propietaria del establecimiento así que esto proporciona un ambiente acogedor y de tranquilidad.

La mayoría de turistas que prefieren este hostel son jóvenes, y parejas de jóvenes que desean pasar un tiempo en armonía y tranquilidad con la naturaleza. Otra ventaja es que mantienen una tarifa de precios estándar aun en temporada alta de vacaciones.



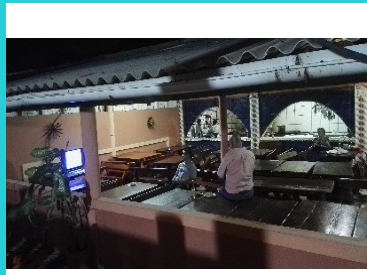
Restaurantes informales



Merendereos



Embarcadero



Restaurante Karaoke



Ara de la playa



Zona de lanchas



Mesa Familiar



Baños



Hotel Ecoturistico



Sombriberos



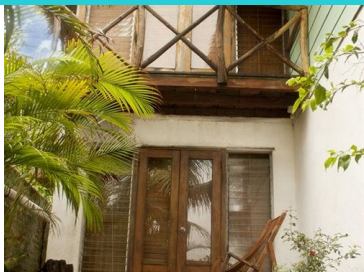
Restaurante Hotel



Cocina Hotel



Habitacion cuádruple



Dos niveles de habitaciones



Habitacion doble



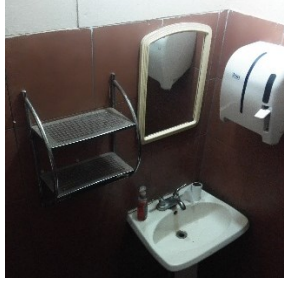












		
Piscina	Sombrilleros de orilla al mar	Baños
		
Baños Hostal	Area de Camping	Gloriteta en elevacion (fogata al fondo)
		
Piscina Hostal	Habitaacion Hostal	Restaurante Hostal
		
Decoracion Regge playera	Escuela de Buceo	Actividades de Preservacion de Tortugas
		
Bar	Piscina Hostal	Decoracion Alusiva

Ilustración 96 Servicios de Restaurante y Alojamiento Los Cobanos

Servicios complementarios

Hamacas para relajación
Música
Pago en efectivo en Hostal y Restarurantes - Bar Pago en Efectivo y Tarjeta de Credito en Hotel
Agua Potable en todos los lugares
Energía Eléctrica en todos los lugares Energía Solar en el Hostal
Servicios Sanitarios pequeños incluso en el Hotel pero todos con notorio mantenimiento y limpieza constante
Servicio de Alojamiento únicamente en Hostal y Hotel.
Ducha y sanitarios solo en Hostal y Hotel

Tabla 66 Servicios Complementarios

Promociones

- En ninguno de los lugares utilizan promociones, más que en el Restaurante – Bar donde utilizan promociones por bebidas alcohólicas cuando transmiten partidos de clubes internacionales.
- Los servicios de paseo en lancha están disponibles desde \$20 independientemente de la temporada, y un viaje corto.
- El restaurante tiene una variedad de platillos con un tipo de cocina y preparación semi tecnicada, en el caso del Hotel si tienen Chef profesional y Bar tender, para el hostal únicamente se cuenta con una cocinera que prepara alimentos tipo caseros.

- En el caso de los Restaurante-Bar el ambiente no es del todo familiar, su mercado son los grupos de jóvenes o adultos.
- Tanto el Hotel como los Restaurantes Bares si utilizan menú de platos y bebidas a diferencia entre estos es que los Restaurantes-Bares no siempre tienen disponibles todos los platos que ofrecen.
- El Hostal no utiliza menú, solamente el plato del día y preparación de platillos por encargo previa reservación.

Canales de Distribución

Directo	Indirecto
Casi todos los establecimientos utilizan página oficial en Redes Sociales	Algunas páginas o algún reportaje de la zona donde aparecen fotografías o escenas de algún restaurante pero ninguno en especial
Facebook	Lancheros de la zona difícilmente les promocionan, pues no tienen convenio con ningún lanchero para el servicio de tour por la playa

Tabla 67 Canales de Distribución Barra de Santiago

<p>Marketing Promocionan con fotografías en las redes sociales de sus instalaciones.</p> <p>Solamente el Hotel utiliza Hojas volantes, Brochure y Targetas de presentación</p>	<p>Modelos de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelo de ingresos por la venta de servicios directa. • Pago por unidad Consumida en el caso de los Restaurantes-Bar pues la venta de bebidas Alcoholicas es un fuerte negocio para estos. • Compartir ingresos conocido como <i>Yield Management</i>.
<p>Mapas Tecnológicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lanchas con motores 60/40 • Aires acondicionados • Sistema de agua potable, Red de tuberías • Sistema de bombeo para la piscina • Servicio Energías eléctrica completa 	<p>Plataforma de Oferta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Páginas Web (hotel y Hostal) <p>Experiencia de Usuarios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Directa con el encargado del lugar (empleados) tanto en persona como a través de los medios de comunicación.

Tabla 68 Características Extras, Los Cobanos

Restaurante

Los servicios de Restaurante justo en frente a la playa de los Cobanos, son un concepto variado desde merendero hasta restaurante un poco más formal. Su atractivo principal es la vista panorámica y servicio de bebidas alcohólicas y platos de mariscos. En especial cocteles y ceviches para acompañar la bebida.

Para el Hotel el servicio de restaurante es de Primera categoría, en atención, calidad, precio y variedad, así como del buen gusto y preparación de alimentos con normas de higiene apreciables a simple vista.

El hotel también permite ingreso de alimentos al lugar y tiene disponible para sus visitantes una parrilla, siempre y cuando se alojen en el hotel. En el hostel la comida es muy buena y es preparada cuidadosamente estilo hogareño, la venta de bebidas alcohólicas se dirige más hacia bebidas preparadas más que a cerveza o botellas de licor. Pues el ambiente es más familiar y de relajación. En el Hotel y Hostel el Restaurante tiene mesas y sillas de calidad y comodidad, en los Restaurantes frente a la playa toda son sillas plásticas y mesas plásticas.

Instalación

Todas las infraestructuras están hechas con construcción mixta y buenos acabados así como de decoración. Las instalaciones de todos los lugares cuentan con los servicios básicos y en el caso del hotel hasta servicio de internet inalámbrico.

Y todas han resistido inviernos copiosos y sismos desde hace varios años. El mantenimiento en todos los lugares es notorio a pesar que tienen varios años de funcionamiento.

Alojamiento

- En los restaurantes no se tiene servicio de alojamiento
- En el Hotel el servicio y precios son por habitación siempre y cuando no exceda el máximo de personas por habitación. Que pueden incluir sistema todo incluido o pensión completa, hasta solamente el servicio de alojamiento.
- Para el hostel la recepción de turistas es en base a pase de día o de alquiler de habitaciones, para el pase de día,

Señalización

La señalización solamente permite ubicar al turista sobre la carretera asfaltada indicando desde el último desvío de carretera principal la distancia hacia los Cobanos.

Una vez en el lugar no se encuentran rótulos de orientación al turista, y la forma más segura de llegar a uno de estos destinos es a través de indicaciones de los habitantes del lugar.

Baños

Todos los lugares tienen servicios sanitarios

El Hotel y Hostal si cuentan con duchas, para piscinas y duchas en las habitaciones. Así como el nivel de limpieza es más sobresaliente que en los Restaurantes-Bar.

Atractivos Turísticos

Los viveros de Tortuga

Cultivos de Coco

Pezca Artesanal

Barcos Hundidos

Arrecifes naturales de roca

Variedad de Peces

Zona apta para el Buceo

Comercialización

Poseen estandarización de precios, ya que tanto en temporada alta como baja los precios de los platillos y servicios se mantienen sin variación alguna.

Servicios Básicos

- Agua
- Desagües y Alcantarillados
- Energía Eléctrica
- Energía solar
- Internet Inalámbrico

Vías de Acceso

El medio de acceso a los atractivos de la Barra de Santiago es terrestre, a pie o en bicicleta o vehículo a través de carretera asfaltada y carretera terraceda solo entre los comercios frente a la playa.

- **EL TUNCO**

Municipio: Tamanique

Departamento: La Libertad

Recorrido desde el centro de San Salvador: 41.65 km.

Tiempo del recorrido: 51 min

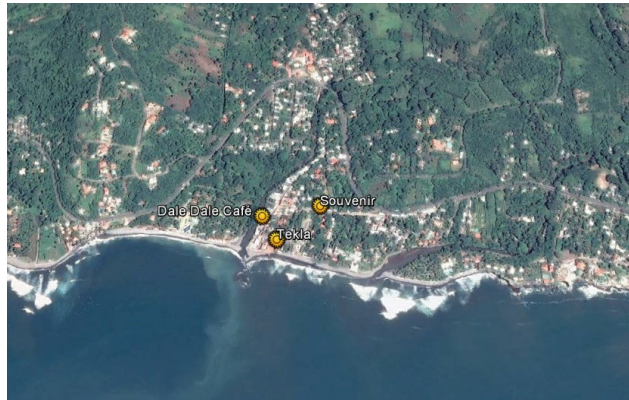


Ilustración 97 Lugares Visitados, Playa El Tunco

Es una playa 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 que ofrece, sobre todo de jueves a domingo. La zona es muy conocida por las fiestas con música en vivo, especialmente “batucadas”. Con más de 25 restaurantes a orilla de playa, bares, hoteles, hostales, zonas para acampar.

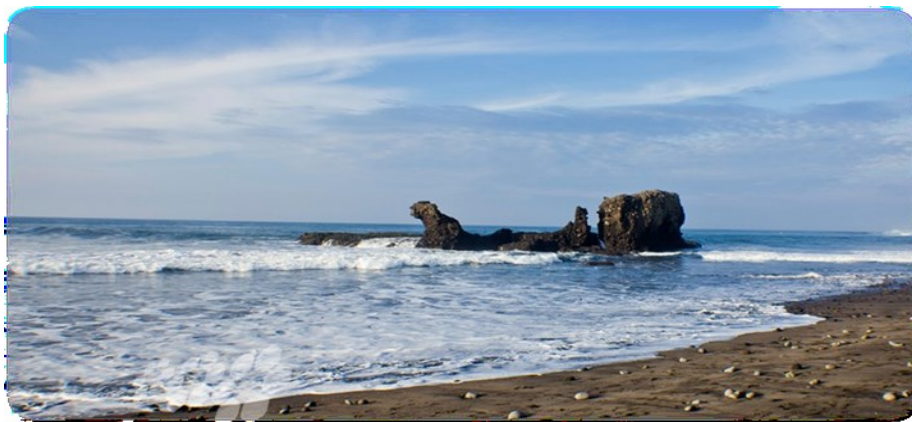


Ilustración 98 Playa El Tunco

Se caracteriza por arena negra, una gran formación rocosa frente a la playa. La desembocadura de un pequeño río está rodeada de chalets que ofrecen a bajo costo: bebida, alimentación, y diversos servicios turísticos, sobre todo para los surfers.

a. Teckla

Es un Bar de Playa ubicado en playa El Tunco, con un toque rustico artesanal al amueblarlo todo con madera y reciclaje de palets y carretes de bobinas de alambre para tendido eléctrico.

El lugar es muy conocido por su música en vivo, discotecas y presentaciones artísticas de cantantes.



Ilustración 99 Instalaciones de Teckla

Además de contar de una pista de baile sobre la arena y dos bares muy bien equipados para preparar todo tipo de bebidas hasta para gustos muy exigentes. También tienen un área de cocina que prepara diversos platos fuertes y muchos platos de bocas para acompañar la bebida.

Es de los lugares más bohemios y más visitados en playa el Tunco. A lo largo de los años se ha formado de prestigio que se ha ganado el reconocimiento de casi toda la población juvenil de San Salvador.

El lugar fue concebido para brindar un ambiente juvenil pero también tienen apertura para familias, con una nueva área de piscina, Sombrilleros y área de descanso con hamacas y sofás al aire libre.

b. Dale Dale Café

Es un café, división de Hotel Punta Roca Zunsal, un hotel categoría 4 estrellas. Y el café se ha ubicado justamente frente al hotel, en la calle que conduce justo a la bocana y playa EL TUNCO.



Ilustración 100 Instalaciones de Dale Dale Café

La zona Turística de esta playa es sobresaliente y muy característica por su ambiente bohemio y que casi todos los turistas que la visitan son jóvenes y jóvenes adultos, en busca de un lugar para departir y disfrutar de música, baile y bebidas con sus compañeros y/o amigos.

Este café sobre sale por ser un lugar bastante pacífico, sereno y con una atención en servicio al cliente de primera. En medio de la zona bohemia, es de gran demanda luego de una noche agitada, es perfecto para tomar un buen desayuno, o ir a disfrutar un café y meditar sobre la vida y demás.

Sus precios son accesibles a pesar de ser un café gourmet y una variada promoción en platillos y bebidas. Además es muy pintoresco por el estilo de decoración un poco rustico pero evoca las costumbres y forma de vivir del pasado.



Entrada al Tunco



Comercios en la zona



Linea de Bares



Teckla



Segundo Nivel Restaurante Teckla



Musica en Vivo



Pista de Baile



Bar 1



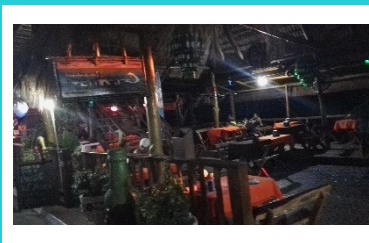
Area Familiar



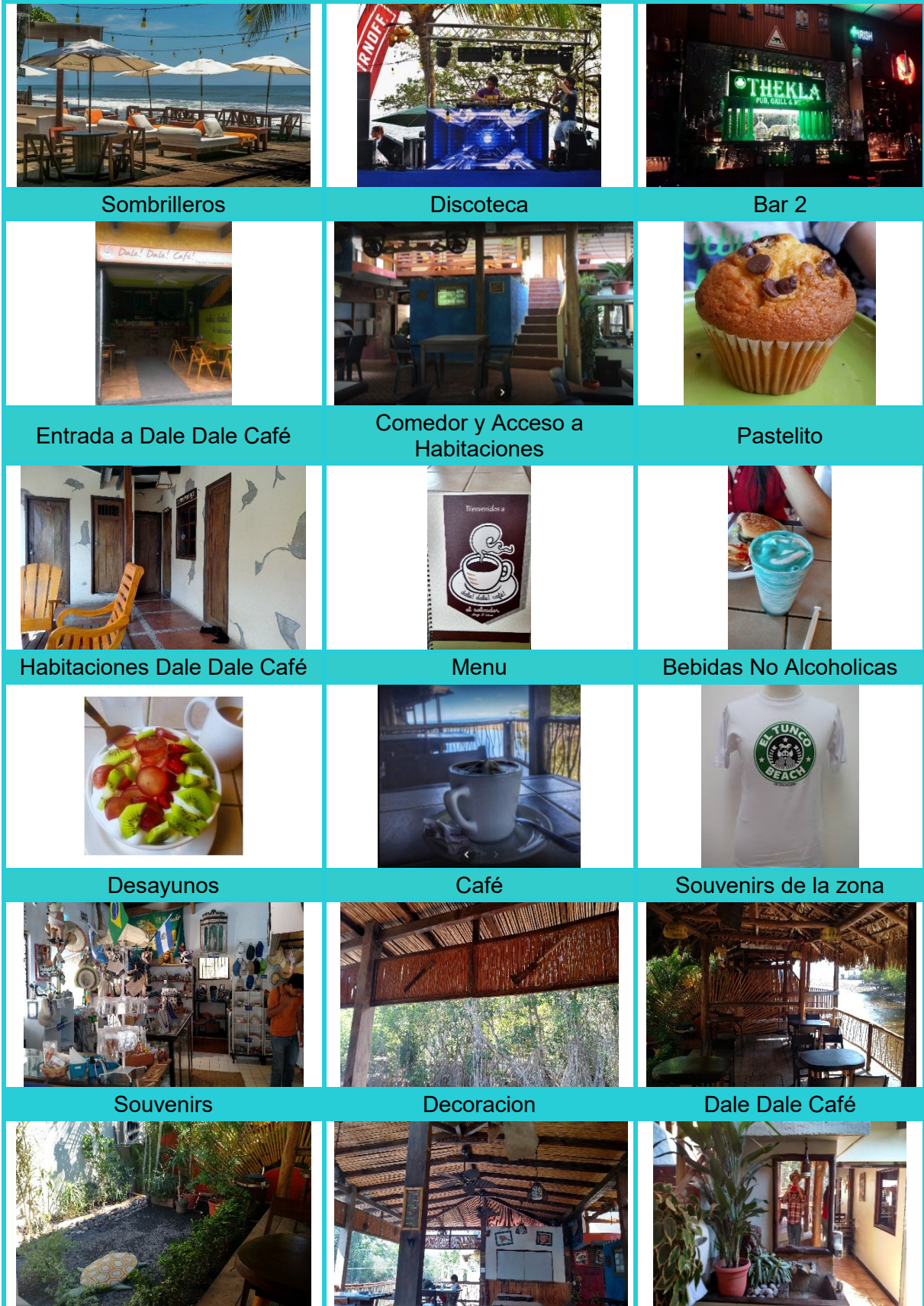
Iluminacion Nocturna



Vista al mar



Otros Bares



Sombrilleros

Discoteca

Bar 2

Entrada a Dale Dale Café

Comedor y Acceso a Habitaciones

Pastelito

Habitaciones Dale Dale Café

Menu

Bebidas No Alcoholicas

Desayunos

Café

Souvenirs de la zona

Souvenirs

Decoracion

Dale Dale Café

Jardin Dale Dale Café

Comedor Dale Dale, Café

Baños, Dale Dale Café

Tabla 69 Servicios que se ofrecen en el Tunco

Servicios complementarios

Hamacas para relajación, Sillas de playa
Música discoteca y en vivo
Pago en efectivo en casi todos los establecimientos, en algunos si aceptan tarjetas. Servicio a la habitación en modo alojamiento.
Agua Potable en todos los lugares
Energía Eléctrica en todos los lugares
Servicios sanitarios
Alojamiento en algunos Comercios

Tabla 70 Servicios Complementarios, El Tunco

Promociones

- Casi todos los lugares utilizan promociones para la venta de bebidas alcohólicas.
- En todos los bares se utiliza un sistema de Cover (cobro por entrar) pero que es totalmente consumible. Esto para asegurar que las personas que visitan el lugar van a consumir de sus productos o servicios que ahí se ofrecen.
- El servicio de alimentación en los bares es básico, pues el fuerte son los platillos de bocas.
- En los hostales u hoteles que si ofrecen servicio de alojamiento y de alimentación con platos de comida más elaborados.
- El ambiente es totalmente bohemio y poco familiar.

- Casi todos los lugares utilizan menú de bebidas y de comida.
- Existen varios modelos de negocios, formales, informales, micro, pequeños y grandes.

Canales de Distribución

Directo	Indirecto
Casi todos los establecimientos utilizan página oficial en Redes Sociales	Algunas páginas o algún reportaje de la zona donde aparecen fotografías o escenas de algún restaurante pero ninguno en especial

Tabla 71 Canales de Distribución, El Tunco

<p>Marketing</p> <p>Promocionan con fotografías en las redes sociales de sus instalaciones.</p>	<p>Modelos de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelo de ingresos por la venta de servicios directa. • Consumo mínimo por persona • Cover consumible • Compartir ingresos conocido como <i>Yield Management</i>.
<p>Mapas Tecnológicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aires acondicionados • Sistema de agua potable, Red de tuberías • Sistema de bombeo para la piscina • Servicio Energías eléctrica completa 	<p>Plataforma de Oferta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Páginas Web (hotel y Hostal) <p>Experiencia de Usuarios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Directa con el encargado del lugar (empleado)

Tabla 72 Características Extras, El Tunco

Restaurante

Los servicios de Bares frente a la playa El Tunco, son un concepto bien estructurado pues la playa no es la más cómoda para tomar un baño. Pero ofrece una vista panorámica excelente.

Su atractivo principal es la vista panorámica y servicio de bebidas alcohólicas y platos de mariscos. En especial cocteles y ceviches para acompañar la bebida.

Instalación

Las infraestructuras están hechas con diferentes tipos de construcción con decoración muy variada entre negocio y negocio.

Las instalaciones de todos los lugares cuentan con los servicios básicos y en el caso de los hoteles hasta servicio de internet inalámbrico.

Alojamiento

- En los restaurantes no se tiene servicio de alojamiento
- Los precios por alojamiento varían desde \$45 x noche hasta \$95 la habitación doble
- Para la mayoría de bares la recepción de turistas es en base a pase de día con derecho a al uso total de las instalaciones.

Señalización

La señalización permite ubicar al turista sobre la carretera asfaltada indicando el desvío hacia la playa y un listado de los bares y hoteles más reconocidos.

Una vez en el lugar la señalización es prácticamente nula en cuanto a dirección para orientar al turista pero si es en extremo abundante en cuanto a los nombres de cada comercio.

Baños

Todos los lugares tienen servicios sanitarios y con servicio de agua potable y desagüe.

Atractivos Turísticos

La bocana
Pezca Artesanal
Artesanías
Paisajismo
Arrecifes naturales de roca
Zona apta para el Surf

Comercialización

Poseen estandarización de precios, ya que tanto en temporada alta como baja los precios de los platillos y servicios se mantienen sin variación alguna.

Servicios Básicos

- Agua
- Desagües y Alcantarillados
- Energía Eléctrica
- Internet Inalámbrico

Vías de Acceso

El medio de acceso a los atractivos es terrestre, a pie o en bicicleta o vehículo a través de calle asfaltada.

- **PUERTO DE LA LIBERTAD**

Municipio: Tamanique

Departamento: La Libertad

Recorrido desde el centro de San Salvador: 41.65 km.

Tiempo del recorrido: 51 min.

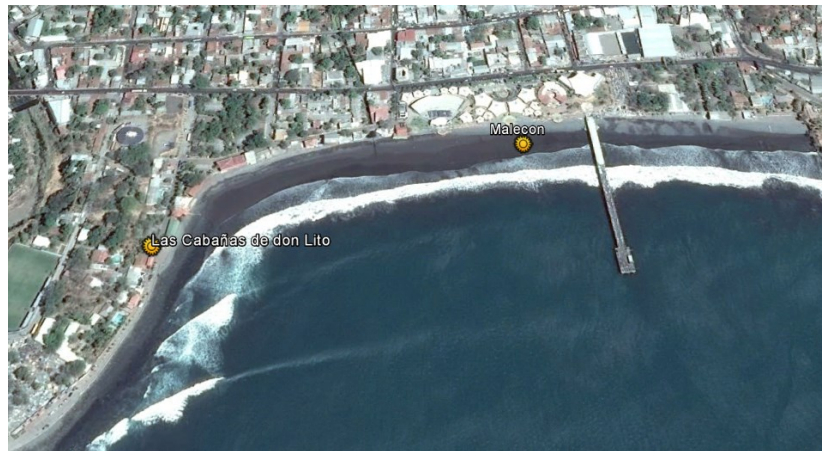


Ilustración 101 Lugares Visitados, Puerto de la Libertad

a. El Malecón

El Malecón del Puerto de La Libertad es un complejo turístico ubicado muy cerca de dicho puerto. El Malecón fue inaugurado hace siete años y gracias a ello ahora en el Puerto de La Libertad se respira un nuevo ambiente turístico. Con sus instalaciones modernas e innovadoras, usted puede saborear productos del mar, apreciar un bello atardecer y sentir la brisa del mar desde el confort que ofrece este lugar con una estructura metálica en el techo, diseñada especialmente para contrarrestar el calor.

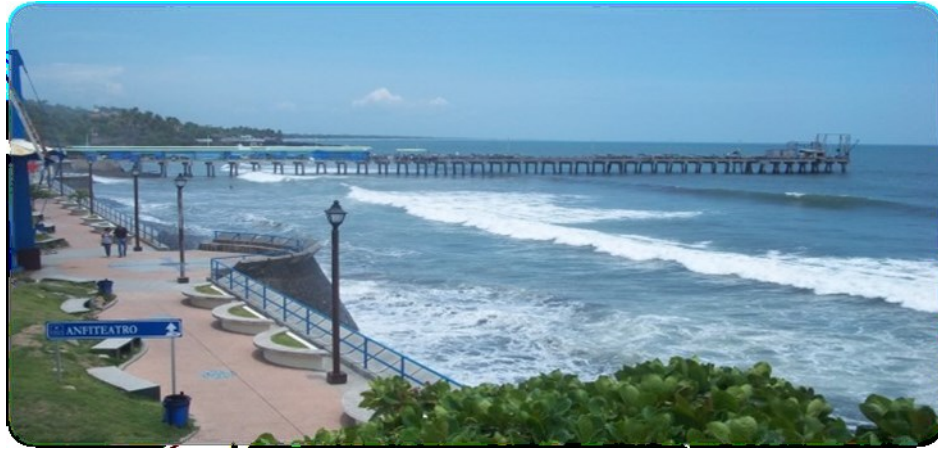


Ilustración 102 El Malecón

Son 16 los locales con los que cuenta este complejo. Por ejemplo, solo la plaza gastronómica cuenta con siete establecimientos donde se puede escoger típica comida del mar, deliciosos helados para refrescarse en medio del calorcito propio de la costa, llevarse un lindo recuerdo con artesanías elaboradas a base productos del mar, como conchitas, hueso de pescado, algas marinas en forma de anillos, pulseras y collares.

Otro de los atractivos es el amplio anfiteatro, decorado con vistosos murales y utilizado para eventos culturales o festivales durante época de vacación. El resto de infraestructura está equipada con baños. Aunque no cuenta con duchas, si desea darse un refrescante chapuzón en el mar tiene la alternativa de alquilar a \$0.25 duchas para quitarse la arena. Este último lugar, también conocido como el antiguo malecón, es otra de las zonas que han convertido en algo mágico. Su calle principal es todo un atractivo por su decoración marina. Ahí, usted podrá descansar desde un asiento en forma de pez, tiburón, mientras aprecia plantas ornamentales en macetas con forma de caracol, todo un arte. El turista puede caminar con total relajación más de un kilómetro. Por el estacionamiento ni qué preocuparse, pues en las instalaciones del nuevo Malecón puede parquearlo seguro. La segunda opción es el estacionamiento de la municipalidad.

Esta ruta es favorecedora para extranjeros que la visitan vía área o terrestre, pues cuenta con una carretera excelente en ambos sentidos sobre la carretera al puerto de La Libertad y sobre el litoral que conecta con el Aeropuerto Internacional El Salvador.

Importante también es destacar que en los alrededores de este complejo hay unos cinco hoteles que han sido acondicionados para que pase un descanso confortable en el ambiente costero. Ver lista de todas las playas de El Salvador. Hay también opciones para mochileros y de concepto familiar, con precios que van desde \$10 a \$45 la noche.

Como se habrán dado cuenta, el Malecón del Puerto de La Libertad es una buena opción a tomar en cuenta la próxima vez que deseemos salir a compartir un rato agradable con nuestros seres queridos y solamente se encuentra a media hora de San Salvador.

b. La Posada de Don Lito

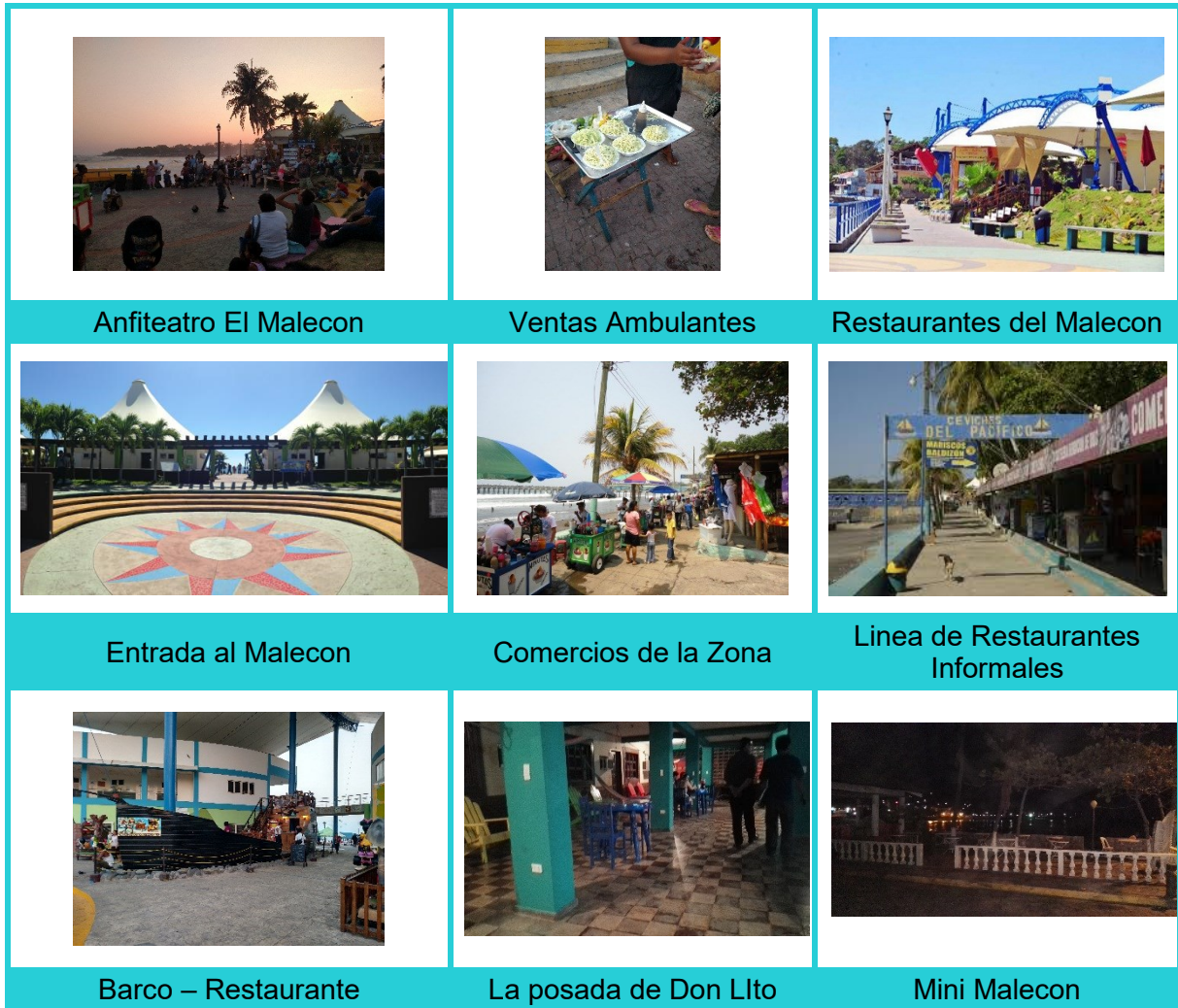
Hoteles Don Lito fue creado para pasarla con la familia en un ambiente de mar donde podrán disfrutar de deliciosos platillos y al mismo tiempo descansar en confortables habitaciones.

El malecón de Don Lito ubicado fue fundado en el año 1986, es un hotel donde podrás pasarla bien y al mismo tiempo caminar por el malecón de la libertad y visitar el muelle artesanal.

Una de las ventajas de nuestros hoteles es que están en el corazón de la ciudad lo cual significa que estamos cerca de farmacias, mercado, canchas de basketball y football, escuelas de surf, policía turística, iglesia, unidad de salud etc.

La posada de Don Lito ofrece alojamiento para turistas para el pase de día o para hospedarse por las noches, en cualquier día de la Semana. Cuenta con piscina propia y seguridad, además de un amplio parqueo.

Además la posada de don lito es un hotel muy completo por tener su propio Restaurante, su Bar y también su propio Bar, donde se preparan todo tipo de bebidas.



Costo por Servicios	Habitacion Doble	Habitacion Triple
Baños	Inodoro	Minguitorio
Habitacion Matrimonial	Piscina – Posada de Don Lito	Restaurante La Pema

Tabla 73 Servicios de Puerto de la Libertad

Servicios complementarios

Hamacas para relajación

Música Discoteca

Shows en vivo

Se aceptan tarjetas de crédito en todos los restaurantes del Malecón

Agua Potable en todos los lugares

Energía Eléctrica en todos los lugares

Servicio de Alojamiento en los hoteles fuera del malecón
Ducha y sanitarios de uso público.
Parqueo propio y custodiado por la Alcaldía

Tabla 74 Servicios Complementarios, El Tunco

Promociones

- Casi todos los restaurantes del Malecón manejan Estandarización de precios y no varían por temporada alta de vacaciones.
- El restaurante tiene una variedad de platillos con un tipo de cocina y preparación tecnificada, pues cada restaurante tiene una especialidad, como carnes, Pescado frito, Cerdo, mariscado etc.
- Los Restaurantes Bares si utilizan menú de platos y bebidas a diferencia entre estos es que los Restaurantes-Bares no siempre tienen disponibles todos los platos que ofrecen.

Canales de Distribución

Directo	Indirecto
<p>Casi todos los establecimientos utilizan página oficial en Redes Sociales</p> <p>Tienen página web</p>	<p>Algunas páginas o algún reportaje de la zona donde aparecen fotografías o escenas de algún restaurante pero ninguno en especial</p>

Tabla 75 Canales de Distribución, La Libertad

<p>Marketing</p> <p>Promocionan con fotografías en las redes sociales de sus instalaciones.</p> <p>Algunos lugares usan sus propias páginas web con videos caseros de la forma de su negocio</p>	<p>Modelos de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelo de ingresos por la venta de servicios directa. • Pago por unidad Consumida en el caso de los Restaurantes-Bar pues la venta de bebidas alcohólicas es un fuerte negocio para estos. • Compartir ingresos conocido como
---	---

	<i>Yield Management.</i>
<p>Mapas Tecnológicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistema de agua potable, Red de tuberías • Sistema de bombeo para la piscina • Servicio Energías eléctrica completa • Muelle • Mercado de Artesanías 	<p>Plataforma de Oferta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Páginas Web • Experiencia con el Usuario <p>Directa con el encargado del lugar (empleado) tanto en persona como a través de los medios de comunicación.</p>

Tabla 76 Características Extras, La Libertad

Restaurante

La playa de la libertad está más caracterizada por estar rodeada de Restaurantes, desde restaurantes pequeños informales hasta finos restaurantes. Algunos de estos ofrecen servicio de piscina y alojamiento, pues la playa es muy rocosa y no es muy agradable bañarse en esta playa.

Instalación

Todas las infraestructuras son de construcción mixta, y muy bien amuebladas y equipadas con lo más moderno en música, televisión, cable, y señal de internet.

Alojamiento

- Para los restaurantes la mayoría solicita un pase de día, al consumir el almuerzo, y un costo adicional por el uso de piscinas
- Si se desea alquilar una habitación los precios son desde \$35 a \$50 por grupo de 4 personas máximo.
- El servicio de alojamiento para el pase de día es de 8:00 am a 5:00pm

Señalización

En este lugar la señalización si es notoria, y muy distintiva sobre saliente indicando el nombre y orientación de cada calle si como rótulos que indican la ubicación de los comercios.

Baños

Todos los lugares tienen servicios sanitarios y con servicio de agua potable y desagüe.

Atractivos Turísticos

El Muelle
Pezca Artesanal

Artesanías
Paisajismo

Comercialización

Poseen estandarización de precios, ya que tanto en temporada alta como baja los precios de los platillos y servicios se mantienen sin variación alguna.

Servicios Básicos

- Agua
- Desagües y Alcantarillados
- Energía Eléctrica
- Internet Inalámbrico

Vías de Acceso

El medio de acceso a los atractivos es terrestre, a pie o en bicicleta o vehículo a través de calle asfaltada.

• SOL DE TASAJERA

Sol de Tasajera es un proyecto de desarrollo local sostenible en Isla de Tasajera (República de El Salvador), a través del ecoturismo.

Somos una asociación salvadoreño-española formada con el propósito del desarrollo social y económico de los habitantes de la Isla a través de las actividades realizadas en el Hostal Sol de Tasajera.

En 2012, un grupo de voluntarios españoles que forman parte del Programa de Cooperación con Centroamérica de la Universidad de Alcalá descubre la realidad social de Isla de Tasajera. Apoyados siempre por CORDES (Asociación Fundacional para la Cooperación y el Desarrollo Comunal en El Salvador), la contraparte salvadoreña del programa, se inician acciones y proyectos de desarrollo local en la zona.

Fruto de esta colaboración, en 2014 surge la idea de construir el Hostal Sol de Tasajera como principal fuente de ingresos económicos para la comunidad.

En el municipio de San Luis de la Herradura, departamento de La Paz en El Salvador, se encuentra la Isla de Tasajera. Con apenas 3km^2 de superficie, y localizada entre la desembocadura del río Lempa y la bocana del Cordoncillo, Tasajera se encuentra rodeada por las aguas del Estero de Jaltepeque y las del Océano Pacífico. A tan sólo 70 km de la capital y de su aeropuerto internacional, la playa de la Puntilla -el extremo sur de la Costa del Sol- supone el acceso más favorable a la Isla, con un trayecto de apenas 5 minutos en lancha.

Debido a su rica biodiversidad, el entorno de la Isla está contenido dentro de los internacionalmente conocidos como "Sitios Ramsar"; áreas de humedales con especial protección por su importancia ecológica, valor social, económico, cultural, científico y

recreativo. Destacan los canales inundables del Estero, cuyos bosques de manglar alojan especies de fauna y flora únicos; y la playa Pacífica, donde las especies de tortuga marina "golfina" y "prieta" -ambas en peligro de extinción- encuentran las condiciones ideales para su reproducción.

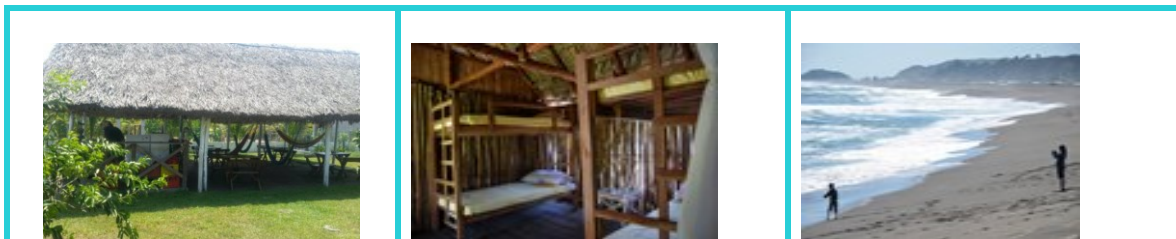


Ilustración 103 Sol de Tasajera



Ilustración 104 Playa de la Isla Tasajera

Servicios que ofrecen



Restaurante	Alojamiento	Playas
		
Rutas en cayuco	Paseo en carretera	Paseo en lancha
		
Liberacion de Tortugas	Paseos a caballo	Pesca artesanal
		
Hamacas	Ranchos	

Tabla 77 Servicios de Sol de Tasajera

Energía Eléctrica
Agua Potable
Áreas de Huertos
Áreas para reunirse (Comedor Común)
Aseos Ecológicos
Guías Turísticos para cada actividad
Servicio de Transporte desde el Aeropuerto para turistas Internacionales
Convenio con Lancharos en precios fijos

Servicio de Parqueo

Tabla 78 Servicios Complementarios

Promociones

- Solo manejan la política de precios especiales a grupos que sean voluntarios en Proyectos de Cooperación.
- Grupos de largas estadías más de una semana.
- Grupos numerosos (35 en adelante).
- No aplican promociones en días feriados y es una tarifa plana para el público en general salvo los casos anteriores.

Para ver precios de Sol de Tasajera ver Anexos 10

Directo
Página de Facebook https://www.facebook.com/soldetasajeraelsalvador/
Página Web http://www.soldetasajera.com/el-hostal/
Contacto Vía Telefónico 64293278
Correo Electrónico info@soldetasajera.com

Tabla 79 Canal de Distribucion

*Los distribuidores indirectos no poseen pero tiene leves alianzas con los miembros de El Salvador Travel.

<p>Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se promociona el lugar por medio de Facebook de forma que se hace interactivo promoviendo el lado ecológico de las personas. • Existen Blog donde realizan reseñas del lugar incentivando así el mercado potencial. • Utilizan publicaciones en el periódico para promocionar los logros del proyecto. • Asisten a ferias de turismo para promocionar el proyecto. • Se realizan trabajos de voluntería para difundir publicidad. 	<p>Modelos de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelo de ingreso todo a uno conocido como publicidad (directo y terceros) • Modelo de vender sus productos o servicios (directo) <p>Mapa Tecnológico</p> <ul style="list-style-type: none"> • En tecnologías no tiene un avance significativo salvo la innovación en prácticas de construcción ecológicas, abastecimientos más ecológicos, inclusive la forma de aseo personal básicamente su tecnología es la innovación en las practicas eco turísticas que se realizan en otros países incluso.
<p>Plataforma de Oferta</p> <p>Facebook</p> <p>Páginas Web</p> <p>Google (diferentes blogs)</p> <p>Periódicos</p>	<p>Experiencia de Usuarios</p> <p>Los turistas tienen un contacto directo desde la embarcación ya que todos son parte del proyecto ya que estos están comprometidos con el proyecto para mejorar su calidad de vida, los turistas interactúan con los residentes de Tasajera quienes son los encargados del hotel y actividades en su entorno ya que residen en las instalaciones del proyecto</p>

Tabla 80 Informacion complementaria de Sol de Tasajera

• **COSTA DEL SOL**

La Costa del Sol está situada en el Cantón San Antonio de Los Blancos en San Luis La Herradura, Departamento de la Paz, en la zona costera del mismo nombre a 65 Kms. de la ciudad capital.

En los últimos años la playa de la Costa del Sol, se ha modernizado a pasos agigantados, ofreciendo una variada infraestructura hotelera, muy visitada por turistas nacionales y extranjeros, los cuales disfrutan de un paraje inolvidable, que conjuga la belleza del Estero del Jaltepeque con sus manglares y las playas San Marcelino, Los Blancos y La Costa del Sol, catalogadas como las mejores playas del país, y también las más extensas de El Salvador, con cerca de 15 kilómetros de prolongación.

Ofrece infinidad de opciones turísticas desde las ecológicas hasta que son más sofisticadas se puede encontrar desde precios accesibles hasta precios elevados para aquellos turistas que no toman en consideración el costo económico que implica su satisfacción y la experiencia que viven.

Existen alojamientos desde \$40.00 dólares por habitación para 2 personas hasta \$350 dólares por habitaciones para rangos de 2 a 4 personas.

En el tema de alimentación existen restaurantes y hoteles que ofrecen el servicio desde \$4.00 hasta \$20.00 dólares y en bebidas desde rangos de \$0.75 a \$15.00 dólares.

a. Centro Recreativo Costa del Sol

Es un sitio popular donde las familias salvadoreñas se hacen presentes para las épocas vacacionales del país ya que es un Turicentro abierto al público, administrado por el Instituto Salvadoreño de Turismo (ISTU) desde la década de los setenta.

Con más de 70 cabañas, amplias canchas de basquetbol y futbol donde realizan torneos eventuales y su refrescante piscina hacen de este lugar un sitio cómodo ya que también se permite el ingreso de comidas y bebidas no alcohólicas.

Con un área de 20 manzanas el Parque ofrece una de las playas más hermosas y limpias de nuestro país, además cuenta con un manglar que puede desarrollarse de manera racional para paseos en lancha por el estero.



Ilustración 105 Centro Recreativo Costa del Sol

		
Playa	Piscina	Cabañas
		
Restaurantes	Sombrilleros	Duchas
		
Baños	Paseos en lancha	Artesanías

Tabla 81 Servicios del Centro Recreativo Costa del Sol

Acceso Terrestre
Servicio de Agua Potable
Servicio de Luz Eléctrica
Canchas de Fútbol Playa
Estacionamiento

Tabla 82 Servicios Complementarios del Centro Recreativo Costa del Sol

Promociones

No manejan precios especiales ni en semana Santa ni feriados mantienen sus precios esa es la lógica de diferenciación en precios que manejas.

Precios

Comida ronda de \$4.00 hasta \$10.00
 Bebidas \$0.75 a \$4.00
 Entrada para adultos: \$1.50 dólar
 Turistas Extranjeros: \$3.00 dólares
 Gratis para niños menores de 5 años y adultos mayores de 60.
 Vehículo liviano \$1.00 dólar (parqueo)
 Vehículo pesado \$2.00 dólares (parqueo)
 Alquiler de hamacas: \$2.00 dólares
 Alquiler de una mesa y 4 sillas: \$5.00 dólares
 Alquiler de sombrillas de playa: \$3.00 dólares
 Alquiler de barbacoas portátiles: \$2.00 dólares
 Alquiler de chaises longues: \$3.00 dólares
 Alquiler de cabañas: \$9.00 dólares (incluye hamaca)

Canales Directos	Canales Indirectos
La venta directa cuando llegan los turistas. Los buses alegres que el mismo ISTU promociona cuando realiza los paseos.	No posee ninguna página web como por ejemplo Cupón Club, TripAdvisor.

Tabla 83 Canales de Distribución

<p>Marketing</p> <p>Solo se promocionan por medio de la página web del ISTU y la página de Facebook del ISTU pero fuera de eso no se promocionan.</p> <p>No poseen volanteria ni uso de recursos televisivos ni de radio.</p>	<p>Modelos de Ingreso</p> <p>Modelos de Venta de Productos y Servicios Directa</p> <p>Plataforma de Oferta</p> <p>Facebook https://www.facebook.com/istu.gob.sv/</p> <p>Página web del ISTU http://www.istu.gob.sv/temas/parques-acuaticos/parque-acuatico-costa-del-sol.html</p>
<p>Mapa Tecnológico</p>	<p>Experiencia de Turista</p>

<p>No poseen especialización y automatización demasiado notoria.</p> <p>Motor 50hp para ofrecer paseos</p>	<p>La experiencia es directa existen muchos puestos de comida, artesanías, inclusive personas que ofrecen paseos en lancha por el estero de Jaltepeque y es aquí donde el turista interactúa con los dueños o quienes atienden los diferentes servicios que ofrece el Centro Turístico.</p>
--	---

Tabla 84 Información Complementaria

b. La Tortuga Village

La Tortuga Village va de la mano con el medio ambiente, es un lugar donde se ha respetado toda la vegetación original, se han utilizado materiales naturales y se utilizan productos biodegradables para su mantenimiento, Tortuga Village es un destino pensado para atender a turistas nacionales y extranjeros que desea estar en contacto con la naturaleza, gozar de un ambiente exclusivo, degustar de excelentes mariscos y pasar un agradable tiempo en familia.

Geográficamente está bien ubicado ya que cuenta con carreteras muy accesibles desde cualquier punto del país, además está a tan solo 25 minutos del Aeropuerto Internacional y 45 minutos de San Salvador, ubicado en km 66 y medio en Boulevard Costa del Sol, Depto. De La Paz.

Cuenta con ocho Bungalós, cuenta con seguridad las 24 horas, y amplio parqueo. Los Bungalós son de madera (Teka Orgánica) y están distribuidos alrededor de una piscina de aguadulce-saladas para adultos y niños.

Brindan servicio de alojamiento para parejas que desean celebrar su luna de miel o aniversario hasta habitaciones para familias de 5 miembros, todos los Bungalós son estándar de dos niveles cada uno, en el primer nivel cuentan con sala de estar, comedor, hamaca y en el segundo nivel encuentra una habitación herméticamente sellada, con aire acondicionado, TV con cable, tina, ducha con agua al tiempo, camas muy confortables y wifi gratis en las instalaciones.







Además cuenta con una hermosa playa, con sombrillas para tomar el sol, un amplio bar a orilla de la playa, servicio de mesero en la habitación y 10% de descuento en restaurante La Hola que está contiguo de las instalaciones ya que ese es el restaurante con el que cuenta la Tortuga Village.

Como amenidades cuentan con una cabina de masajes relajantes a orilla de la playa, paseos en lancha por el área de los manglares en el estero de Jaltepeque y paseos a caballo

Tortuga Village tiene un concepto Ecoturístico y está comprometido con la conservación de la tortuga golfina que anida en la Costa todos los años y le enseñan a futuras generaciones lo bello del cuidado de las especies en peligro, pues cuentan con un vivero que ayuda a la conservación de tortugas marinas (especie Golfina, Baule y Carey) que en los meses de Junio a Diciembre se puede participar en adopción de nidos y liberación de tortugas de dicha especie.



Ilustración 106 Instalaciones de la Tortuga Village

		
Restaurante	Alojamiento	Piscina
		
Area de Spa	Bar	Servicio de Tina

		
Hamacas	Servicio de Bodas	Paseos en Lancha

Tabla 85 Servicios de la Tortuga Village

Seguridad Privada 24 h
Energía Eléctrica
Servicio de agua potable
Servicio de Transporte desde el Aeropuerto
Servicio de bar y restaurante 24 h
Habitaciones Amuebladas
Habitaciones con A/C
Television Plasma
Piscinas para niños
Paseos a caballo
Servicio de agua caliente y fría

Tabla 86 Complementos a los Servicios de la Tortuga Village

Promociones

Ofrecen paquetes con precios especiales para grupos de 5 personas en adelante. Por ejemplo pague \$37.50 por personas toda incluida comida 1 hora de Kayak y transporte.

- Ofrecen paquetes para parejas de estadías de 2 días y pagan solo el valor de un día estas ofertas la lanzan en cupón club. (\$35 por personas en vez de pagar \$75 por personas esa es un promoción de tiempo limitado)

- En fechas como día de la madre, el maestro y otros días festivos lanzan paquetes con descuentos para grupos familiares e individuales.

Precios

Tarifas diarias (Temporada Baja)

Bungalós dobles: \$183.65

Bungalós cuatro personas: \$242.00

Bungalós cuatro personas con Mesanine: \$267.12

Tarifas diarias (Temporada Alta)

Bungalós dobles: \$207.90

Bungalós cuatro personas: \$273.00

Bungalós cuatro personas con Mesanine: \$ 315.00

Temporada alta:

- Semana santa
- Del 01 al 08 agosto
- Del 24 diciembre al 04 enero

- Tratamiento Escencia Marina/ Marine essence treatment

Masaje completo adaptado a la costa, que alivia la tensión y calma los sentidos utilizando aceite de coco virgen nativo de las costas salvadoreñas.

Precio por 40 minutos \$30.00

- Tratamiento Tortuga Premium/Tortuga Premium treatment

Masaje completo utilizando aceite de coco virgen nativo de las costas salvadoreñas y aromaterapia con aceites esenciales Premium y facial con mascarillas naturales.

Precio por 45 minutos \$40.00

- Tratamiento Luna Llena/ Full Moon Treatment

Masaje relajante de espalda y cabeza ideal para bajar los niveles de estrés. Utilizando aceites naturales.

Precio 20 minutos \$15.00

- Tratamiento Brisa de Mar/ Sea Breeze Treatment

Masaje Ideal para pies cansados y para estimular las manos. Se utilizan bombas efervescentes y aceites relajantes.

Precio 30 minutos \$30.00

- Tratamiento piel al amanecer /Sunrise Skin Massage

Masaje exfoliante de cuerpo completo para limpiar y remover células muertas, utilizando aceites naturales mezclados con miel y café.

Precio por 40 minutos \$35.00

- Tratamiento sol y arena / sund and Sand Treatment

Mascarilla completa para el cuerpo compuesto de chocolate, barro o avena combinada con aceite o leche para purificar, suavizar y restaurar la piel.

Precio por 45 minutos \$ 40.00.

Directo	Indirecto
Página Web http://www.tortuga-village.com/es/	Booking.com
Facebook https://www.facebook.com/Tortuga-Village-265101916848609/?fref=ts Tortuga Village	Alianzas con otros hoteles Alianza con Restaurante la Ola Beto

Tabla 87 Canales de Distribución de la Tortuga Village

<p>Marketing</p> <p>Promocionan con fotografías en las redes sociales sus instalaciones y los servicios que brindan a los turistas. Se promocionan también en la caseta de información al turista que existe en la Costa del Sol.</p>	<p>Modelos de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelo de ingresos por la venta de servicios directa. • Modelo de ingresos por publicidad contextual. • Compartir ingresos conocido como <i>Yield Management</i>. • Modelo de ingresos por Ofertas (publicidad)
<p>Mapas Tecnológicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lanchas con motores 60 • Aires acondicionados • Sistema de agua potable • Servicio de agua caliente para las bañeras • Sistema de bombeo para la piscina 	<p>Plataforma de Oferta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Google • Booking.com <p>Experiencia de Usuarios</p> <p>Directa con la encargada del lugar (empleado) tanto en persona como a través de los medios de comunicación. En las formas de reserva puede ser indirecta cuando se utiliza el servicio de Booking.com o reservar directamente en su página web.</p>

Tabla 88 Características Extras de la Tortuga Village

- **GOLFO DE FONSECA**

Entre las repúblicas de El Salvador, Honduras y Nicaragua el océano pacifico forma el Golfo de Fonseca, descubierto en 1522, por el piloto mayor Gil González de Ávila, los aborígenes llamaban a esta entrada de agua “Chorotega”, pero su descubridor español le

dio el actual nombre en homenaje a Fray Juan Rodríguez de Fonseca, antiguo obispo de burgos y presidente del real y supremo consejo de indias.

En el seno del golfo se aloja un archipiélago volcánico, del cual las principales islas son Zacate Grande, El Tigre, Gueguensi y Exposición, que pertenecen a Honduras, Rocas Desnudas, Aislas, Los Farallones a Nicaragua, Meanguera, Meanguerita (pirigallo), Conchaguaita, Punta Zacate o Zacatillo, Martín Pérez y otras menores a El Salvador.

El canal de entrada más profundo se encuentra entre el volcán de Conchagua y las islas Conchaguaita y Punta Zacate o Zacatillo, tiene de 10 a 12 metros de profundidad y puede ser transitado por navíos de gran calado.

Según la leyenda, el Corsario inglés Francis Drake enterró sus tesoros en la isla de Meanguera y otra parte de ellos en la punta chiquirín en la que hoy es el cantón de agua escondida, a 8 kilómetros de La Unión.

Un siglo después, en 1782 los piratas ingleses saquearon e incendiaron los pueblos de Meanguera, en la isla del mismo nombre, y los de Tecapa y Conxagua en Conchaguaita, hecho que provocó la orden del gobierno español, de que no poblases las islas por lo difícil de su defensa, aún se admira en Conchaguaita la puerta de la iglesia de Santa Ana de Teca, edificada en el siglo XVI por los frailes de la orden de San Francisco.

La población de Conchagua fue fundada por los supervivientes de los destruidos pueblos de Meanguera, Teca y Conxagua y cuya iglesia colonial se construyó en 1693 en la cual subsisten las presentaciones folklóricas de gran colorido y emotividad como la fiesta de San Sebastián (17 al 20 de enero) se baila la historias de los moros y cristianos, en la de Apóstol Santiago (24 a 25 de julio) la historia de Carlos V, y en la Virgen del Tránsito (15 de agosto).

El municipio de la Unión es ahora un polo de desarrollo económico en razón de que se ha instalado en esta región una enlatadora y exportadora de atún lo cual imprime dinamismo a la zona y es una fuente de empleos, de igual manera se ha finalizado y se ha puesto en operación el puerto de cutuco, y se ha inaugurado un bachillerato técnico con especialidad en turismo lo cual ofrece a la juventud una posibilidad de preparación académica con mucha proyección en la zona, la empresa privada ha acompañado esta dinámica y un importante grupo hotelero, ha establecido un moderno hotel en La Unión y se han instalado hoteles medianos con excelentes servicios.

a. Restaurante Brisas del Golfo

El restaurante “Brisas del Golfo”, está ubicado en la isla Zacatillo en el Golfo de Fonseca, este es un restaurante rustico, en la cual los turistas pueden disfrutar de diferentes platillos, como mariscos, pescado, comida típica y otros. Enfrente del restaurante se puede apreciar la playa conocida como “La Playona”, donde los turistas pueden bañar con tranquilidad. Para poder visitar el restaurante Brisas del Golfo, se accede por vía marítima.



Ilustración 107 Restaurante "Brisas del Golfo"



Interior del Restaurante Nivel 1



Interior del Restaurante Nivel 2



Presentacion de los platillos



Playa "La Playona"

Tabla 89 Servicios de Restaurante

Servicios complementarios

Hamacas para relajación (Cantidad 1)
Música
Pago solamente en efectivo
Agua Potable
Energía Eléctrica
Servicios Sanitarios
Ducha y vestidores

Tabla 90 Servicios Complementarios

Promociones

- No existen promociones en el restaurante.
- Por el consumo de platillos en el restaurante, la estadía no se cobra.

Menú





Tabla 91 Menú Restaurante Brisas del Golfo

Canales de Distribución

Directo

- Únicamente tienen alianzas con lancheros

Indirecto

- Ninguno

Modelos de Ingreso

- Venta de productos o servicios de manera directa.

Restaurante

Restaurante Brisas del Golfo es un espacio donde los turistas pueden disfrutar de comida como mariscos y comida típica acompañados de bebidas las cuales pueden ser sin alcohol o con alcohol.

Los platillos más solicitados por los turistas son la langosta y la mariscada, los cuales son ofrecidos por el restaurante, además ofrecen otros mariscos como cocteles, pescado y camarones.

El ambiente del lugar es muy agradable ya que este posee vista a la playa y música, pero para relajación solo cuentan con una hamaca.

La atención es bastante aceptable por parte de los meseros, pero estos no utilizan ningún uniforme que los distinga además los pedidos son solicitados directamente en las mesas por los meseros así como la cancelación de los productos que se consumen. La

presentación de los platillos es aceptable, los alimentos son servidos en platillos de cerámica y la bebida en su respectivo envase de vidrio.

Instalación

La infraestructura es rustica y de dos niveles con una capacidad para atender a 60 personas en mesas de 6 personas (10 mesas). El lugar cuenta con baño, vestidor y ducha. El tipo de infraestructura general es madera y el techo es de lámina. Además posee un espacio específicamente para la elaboración de platillos

Alojamiento

No hay servicio de alojamiento.

Señalización

No hay señalización en el lugar.

Baños

Poseen 1 baño, el cual es de tipo lavable con su respectivo papel higiénico, ubicado en un espacio el lavamanos con su respectivo jabón para manos, además 1 vestidor y 1 ducha.

Atractivos Turísticos

En frente del restaurante se puede apreciar la playa conocida como La Playona, donde los turistas pueden disfrutar de un refrescante baño.

Comercialización

Poseen estandarización de precios, ya que tanto en temporada alta como baja los precios del menú se mantienen, además no existen paquetes turísticos establecidos. Actualmente no poseen publicidad en Facebook o Páginas Web, únicamente alianzas con los lancheros.

Servicios Básicos

- Agua
- Energía Eléctrica

Vías de Acceso

El medio de acceso al restaurante es marítimo, utilizando como medio de transporte lancha, cabe mencionar que el lugar no posee muelle para abordaje y desembarque. La mayor afluencia de turistas son las semanas de vacaciones.

b. Restaurante “Zacatillo Tours”

El restaurante “Zacatillo Tours”, está ubicado en la isla “Zacatillo”, Golfo de Fonseca. Es un restaurante rustico donde los turistas pueden disfrutar de platillos como mariscos, pescado, comida típica, entre otros. El medio de acceso al restaurante es únicamente marítimo, utilizando como medio de transporte lanchas, en la cual se desembarca en la playa conocida como “La Playona”, la cual está enfrente del restaurante “Zacatillo Tours”.



Ilustración 108 Restaurante Zacatillo Tours

<p>Interior del Restaurante</p>	<p>Presentacion de los platillos</p>
<p>Playa “La Playona”</p>	

Tabla 92 Servicios que ofrece el Restaurante “Zacatillo Tours”

Servicios complementarios

Hamacas para relajación (Cantidad 3)
Música
Pago solamente en efectivo
Agua Potable
Energía Eléctrica
Servicios Sanitarios

Tabla 93 Servicios complementarios Restaurante "Zacatillo Tours"

Promociones

- No existen promociones en el restaurante.

Canales de Distribución

Directo

- Únicamente tienen alianzas con lancheros

Indirecto

- Ninguno

Modelo de Ingresos

- Venta Directa de productos o servicios

Restaurante

El restaurante "Zacatillo Tours", es un espacio donde los turistas disfrutan de platillos como mariscos, pescado y comida típica, siendo los platillos más buscados, la langosta y el pescado frito, los cuales pueden ser acompañados de bebidas no alcohólicas y alcohólicas, a petición del turista.

El ambiente del lugar es agradable, ya que se puede observar la playa y poseen música, pero la atención no es muy buena, ya que para ordenar platillos se hace directamente en el área de despacho de comida y bebidas, no lo hacen directamente en la mesa.

Los meseros no utilizan ningún uniforme que los distinga de los turistas. La presentación de los platillos es aceptable, los alimentos son servidos en platos de plástico y la bebida en su respectivo envase de vidrio.

Instalación

El restaurante “Zacatillo Tours” es de tipo rustico solamente de un nivel, en el cual para atender a los turistas posee 9 mesas para 4 personas, las cuales son de madera y sillas plásticas de color blanco. El restaurante cuenta con baño solamente. Además cuenta con un área de relajación con 3 hamacas, además de un área solamente para la preparación de platillos

Para la infraestructura general, está compuesta por columnas de concreto, la estructura del techo es de madera y el techo es lámina. El piso es una sola losa de concreto sin piso decorado o cerámica.

Alojamiento

No hay servicio de alojamiento.

Señalización

No hay señalización en el lugar.

Baños

Posee un baño, el cual no cuenta con lavamanos y necesita mantenimiento y reparación.

Atractivos Turísticos

En frente del restaurante se puede apreciar la playa conocida como La Playona, donde los turistas pueden disfrutar de un refrescante baño.

Comercialización

Para la comercialización de su servicio no se publicitan en Facebook o Páginas Web, no poseen alianzas con tour operadores y no reciben turistas extranjeros, solamente nacionales.

Servicios Básicos

- Agua
- Energía Eléctrica

Vías de Acceso

El medio de acceso al restaurante es marítimo, utilizando como medio de transporte lancha, cabe mencionar que el lugar no posee muelle para abordaje y desembarque.

- **PLAYA EL CUCO**

El Cuco es una de las playas más visitadas en El Salvador, especialmente los que residente en el Oriente del país, quienes gustan de la tranquilidad de sus aguas, las extensas áreas de arena negra, muy factibles para practicar fútbol, vóleibol, jogging, entre otras.

También la bondad de su oleaje permite la natación, el surf y pesca, entre otras alternativas. Para poder llegar a la playa el cuco únicamente hay que viajar 35 Kms desde San Miguel, lo que no es bastante si se compara con lo que se va ir a disfrutar en este lugar, algunas personas también opinan que es una de las mejores playas de El Salvador.

Desde San Salvador, la capital de El Salvador, hasta El Cuco hay 175 kilómetros, esa distancia se puede hacer este recorrido en unas dos horas y media dependiendo del tráfico y de la velocidad, para poder ir al cuco no es necesario que sean las vacaciones de semana santa, o las de agosto, se puede ir en cualquier momento, aunque en esas épocas hay mayor afluencia de visitantes.

También hay que mencionar que se puede practicar el surfing, para todos los amantes lo extremo, pueden practicarlo, siempre recordar que deben tomar en cuenta las recomendaciones por los expertos antes de sumergirse en las ricas aguas. En el cuco existe una gran variedad de marisco y comidas de todo tipo con precios muy económicos en pequeños restaurantes de la zona como también locales más especializados.

a. La Tortuga Verde

La Tortuga Verde es un hotel, restaurante, spa, santuario de tortugas, centro de yoga, retiro para pelícanos, finca de cocos, centro educativo, y marina repartida entre 3 propiedades frente al mar. Todo está a corta distancia de uno al otro y se encuentra en el pueblito pintoresco de pescadores de playa El Esteron (Playa Intipuca, el Cuco), El Salvador en el mero lugar más famoso de surf de clase mundial de las Flores. La Tortuga Verde se dedica a la idea de reciclaje, la disminución de las emisiones de carbono, y a un estilo de vida más limpio, más verde y en armonía con las tortugas marinas y toda la vida marina. El dueño de la propiedad ha estado surfeando desde la edad de 12 años y por eso, la conexión de La Tortuga Verde con el océano y su dedicación en tener un impacto positivo es más que un enfoque Es un estilo de vida.



Ilustración 109 Tortuga Verde Instalaciones

Para el servicio de restaurante los turistas hacen uso de los ranchos, donde son atendidos por los meseros. Estos ranchos cuentan con la capacidad para atender a 10 personas, también incluyen 3 hamacas para la relajación de los turistas.



Ranchos



Presentacion de los platillos



Presentacion de los platillos



Alojamiento (Habitaciones)



Alojamiento (Apartamentos)



Alojamiento (Habitaciones)



Alojamiento (Apartamentos)



Estación de Bar



Piscina para niños



Estanque de Tortugas



Área de recepción



Parqueo

	
Ecoturismo	
	
Cancha de Voleibol playa	Playa

Tabla 94 Servicios que ofrece La Tortuga Verde

Servicios complementarios

Clases de surf
Yoga
Expediciones de pesca
Exploración de islas
Viajes guiados en kayak en los manglares
Estación de Masajes

Aventura en Motocicletas
Pago en efectivo y con tarjeta
Agua Potable
Energía Eléctrica
Internet
Servicios Sanitarios

Tabla 95 Servicios complementarios La Tortuga Verde

Promociones

- Consumo mínimo de \$10 no se cobra parqueo.
- Por cada bolsa plástica recogida en la playa, una cerveza gratis.

Para ver los precios del menú de la Tortuga Verde ir a anexos 11.

Directos	Indirectos
Página Web https://latortugaverdelsal.wordpress.com/ .	Sitio Web TripAdvisor
Página en Facebook https://www.facebook.com/latortugaverdehotel/	Sitio Web hostelworld.com/
Correo Electrónico latotugaverderest@yahoo.com	
Contacto Directo (503) 7338 9646 (503) 7774 4855	

Tabla 96 Canales de Distribución de la Tortuga Verde

<p>Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se promocionan en Facebook, en la cual constantemente suben fotografías del lugar y de los atractivos turísticos • Tienen socios con páginas web que sirven de intermediarios entre ellos y los turistas. • Llevan a cabo eventos como fiestas y otras actividades nocturnas. 	<p>Modelos de Ingreso</p> <p>Modelos de Venta de Productos y Servicios de manera Directa. Modelo de ingresos Yield Management.</p> <p>Plataforma de Oferta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Páginas Web • TripAdvisor
---	---

<p>Mapa Tecnológico Aires Acondicionados Equipo para cocina Equipo para entretenimiento Equipo para mantenimiento de piscina Equipo para alojamiento</p>	<p>Experiencia de Turista La experiencia es directa cuando llegan al lugar e interactúan con los encargados o llaman al lugar para reservar.</p>
--	--

Tabla 97 Características Extras de La Tortuga Verde

Restaurante

Para el servicio de restaurante, los meseros toman la orden en los ranchos donde los turistas se encuentran, para ello hacen uso del menú del restaurante el cual se encuentra en español y en inglés. Una vez tomada la orden esta es llevada por los meseros a la cocina para que elaboren los platillos solicitados. La espera para que los platillos se sirvan en los ranchos es de aproximadamente 35 minutos.

En el menú ofertan desayunos, cenas, platillos fuertes, postres, platillos infantiles, bebidas no alcohólicas y alcohólicas. Los meseros usan uniforme para no confundirse con los visitantes del lugar, y se puede identificar el protocolo de atención al turista. Además en los ranchos siempre hay personal del centro para brindar atención o resolver cualquier consulta que los turistas ostenten.

El ambiente del lugar es muy agradable, ya que por la arquitectura del lugar se puede sentir la brisa de la playa y el sonido de las olas, además de mucha tranquilidad. La capacidad del restaurante es de aproximadamente 300 personas distribuidas en los distintos ranchos. Además cada rancho incluye como mínimo 3 hamacas para que los turistas tomen un relajante descanso.

Instalación

Arquitectónicamente, con respecto a la iluminación del proyecto, esta propiedad es un estudio de la iluminación indirecta como un énfasis en tomar conciencia acerca del hábitat de las tortugas. Esto significa que todas las luces visibles desde el mar son de color rojo (las tortugas no pueden ver la luz roja) y no importa donde estés en la propiedad todas las bombillas de luz más fuerte que 7 vatios han sido ocultados para no tener un impacto directo en el iris (esa es la pequeña parte dentro del ojo que se abre y se cierra para dejar entrar la luz) permitiendo así que el iris se mueva lentamente a través de su proceso natural que crea un estado de constante relajación.

Con respecto al diseño y la organización de los edificios y la vegetación, este proyecto es un estudio en el flujo de aire y la limpieza del aire. Todas las habitaciones, eficiencias, y las casas se han construido con gran, piso a techo, patios protegidos por tela metálica y hechos de materiales naturales. De esta manera, el sonido del mar susurra constantemente a lo largo de la propiedad y en todas las habitaciones, las casas y dormitorios. Cada espacio libre está cubierta en vegetación verde en un esfuerzo para limpiar la deliciosa brisa marina antes de que usted la respira.

Alojamiento

En el servicio de alojamiento posee lo que son habitaciones, apartamentos y casas donde los turistas pueden alojarse. Estos poseen agua, energía eléctrica, baño, ducha, camas, mesa de noche, y dependiendo el tipo de habitación aire acondicionado. Cada habitación, apartamento o casa posee su propio baño y ducha.

Señalización

Toda la zona está señalizada de manera que los turistas puedan disfrutar del lugar sin ninguna guía. Las señales están colocadas en paneles de madera elaborados artesanalmente que son perfectamente visibles a los turistas

Baños

Los baños cuentan con papel y se encuentran en perfecto estado además, estos poseen duchas y lavamanos, además de jabón líquido para el lavado de las manos. Baños, duchas y lavamanos se encuentran totalmente aseados.

Atractivos Turísticos

- Playa Intipuca
- Estanque de Tortugas
- Piscina para niños
- Venta de artesanías
- Paseos en lancha
- Aventura en motocicletas
- Pesca
- Surfing
- Plantación de cocos
- Liberación de tortugas
- Avistamiento de aves (pelicanos)

Comercialización

Se promocionan en Facebook, además poseen sitio Web. Existen socios con páginas Web intermediarias como TripAdvisor. Los precios se mantienen tanto para temporada alta como baja, es decir hay una estandarización de precios. Reciben turistas internacionales

Servicios Básicos

- Agua
- Energía Eléctrica
- Internet

Además de servicios complementarios como estacionamiento y señalización general.

Vías de Acceso

Los turistas pueden llegar por vía terrestre, ya que la calle se encuentra en buen estado para transitarla. Existen dos formas de llegar, entrando por la calle que conduce a la playa El Cuco, y la otra opción es por la Ciudad de Intipuca, cabe mencionar que por esta ruta, la calle no se encuentra asfaltada ni pavimentada.

- **PLAYA LAS TUNAS**

Las Tunas es una playa de arena negra con formaciones rocosas, en las que las que se encuentran pequeñas posas de agua y así disfrutarlas como si fueran pequeñas piscinas naturales. Se encuentra en el departamento de La Unión a 180 km de San Salvador, entre la Bocana El Esterón y la playa Negra. La playa Las Tunas es conocida por sus enormes olas que golpean enormes rocas a lo largo del bello paisaje.

En la playa Las Tunas se encuentran restaurantes, pequeños hoteles, todo gracias a los lugareños, los cuales viven de ello. También posee un pequeño muelle en el cual se pueden abordar lanchas para ir a dar un paseo, hoteles con piscinas y restaurante.

- a. **Hotel y Restaurante Mar&Sol**

MAR&SOL es un hotel y restaurante ubicado en Playa Las Tunas, La Unión. Es un lugar donde los turistas pueden disfrutar de distintos platillos como mariscos, pescado y otros platillos, además brindan servicio de alojamiento.



Ilustración 110 Hotel y Restaurante Mar & Sol



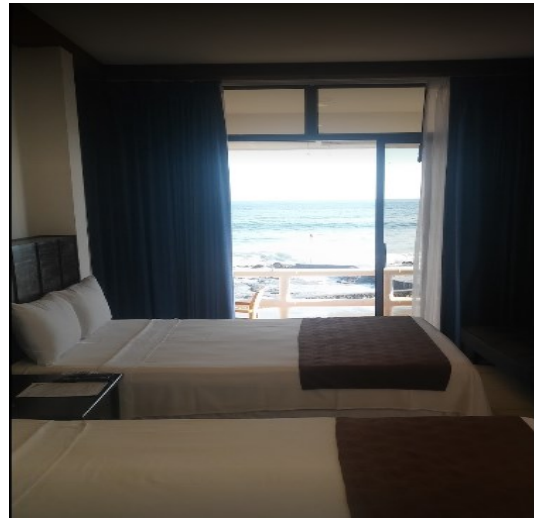
Restaurante



Presentacion de los platillos



Presentacion de los platillos



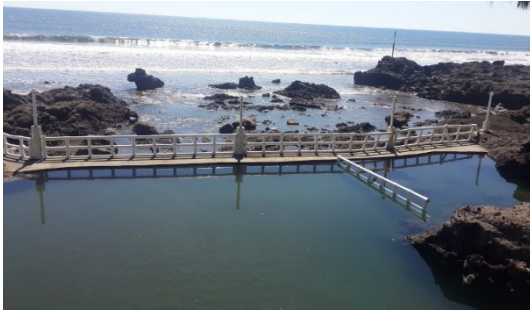
Alojamiento



Piscina para Adultos



Piscina para niños



Piscina de agua salada



Cancha de Futbol Playa

Tabla 98 Servicios que ofrece el Hotel y Restaurante MAR&SOL

Menú



Tabla 99 Menú de Hotel y Restaurante MAR&SOL

Directos

Indirectos

Página Web http://www.hotel-marysol.com/	
Página en Facebook https://www.facebook.com/hotelmarysolSV	
Correo Electrónico marysol@campestre.com.sv	
Contacto Directo 2697-7779 2623-5040 2623-5041 2623-5042	

Tabla 100 Canales de Distribución Hotel y Restaurante MAR&SOL

<p>Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actualmente se promocionan en Facebook. • Llevan a cabo eventos como fiestas y otras actividades nocturnas. 	<p>Modelos de Ingreso Modelos de Venta de Productos y Servicios de manera Directa</p> <p>Plataforma de Oferta</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facebook • Páginas Web
<p>Mapa Tecnológico Aires Acondicionados Equipo para cocina Equipo para entretenimiento Equipo para alojamiento Equipo para mantenimiento de cancha de Fútbol Playa Equipo para mantenimiento de Piscina</p>	<p>Experiencia de Turista La experiencia es directa cuando llegan al lugar e interactúan con los encargados o llaman al lugar para reservar.</p>

Tabla 101 Características Extras Hotel y Restaurante MAR&SOL

Restaurante

Para brindar el servicio de restaurante existe un espacio con las condiciones necesarias para que los turistas puedan disfrutar de los diferentes platillos ofertados. El espacio es un lugar con orden y limpieza, además los meseros usan uniforme, el cual se puede apreciar el protocolo de atención al cliente.

En el servicio de restaurante ofrecen platillos para los 3 tiempos de comida, desayuno almuerzo y cena, además ofrecen bebidas frías y calientes. No se venden bebidas alcohólicas, ya que el ambiente que promueve es familiar.

Instalación

La infraestructura es moderna, la estructura principal del restaurante es de madera, la estructura del techo es de madera y el techo esta hecho de palmeras. Además el restaurante cuenta con 2 niveles para atender a los turistas, además la capacidad del restaurante es de 300 personas.

La estructura principal de los ranchos para la estadía de los turistas está hecha de madera y el techo de palmeras. Estos poseen 2 hamacas y una mesa para que los turistas puedan relajarse.

Alojamiento

Para el servicio de alojamiento los turistas pueden adquirir habitaciones las cuales están equipadas con su baño y ducha propia, además de aire acondicionado, sofá, mesa de noche, lámpara y servicios básicos. El orden y limpieza es el adecuado, la capacidad por cada habitación es de 2 personas la habitación estándar y 4 a 5 personas la habitación deluxe. La capacidad total de alojamiento es de 50 personas.

Señalización

El lugar cuenta con señalización general, donde los turistas pueden guiarse para ubicar algún lugar de interés.

Baños

Los baños están debidamente limpio, además poseen jabón líquido para las manos, papel higiénico y para el secado de manos. Incluyen lo que es ducha y lavamanos.

Atractivos Turísticos

- Piscina de Agua Salada
- Piscina para niños y adultos
- Cancha de Fútbol Playa
- Zonas verdes

Comercialización

Para el servicio de restaurante los precios se mantienen, independiente de la temporada, pero para el servicio de alojamiento los precios varían según temporada, es decir que únicamente para el restaurante existe una estandarización de precios. El medio para publicitarse utilizado es Facebook, además poseen Sitio Web. No existen alianzas con ningún Tour Operador. Existen paquetes turísticos, como el paquete del pasadía que tiene un costo de \$35 por persona que incluye el uso de instalaciones y almuerzo Bufet

Servicios Básicos

- Agua
- Energía Eléctrica
- Internet

Vías de Acceso

Para poder visitar el Hotel y Restaurante MAR&SOL, se puede llegar únicamente por vía terrestre, la calle desde la carretera Litoral se encuentra en buen estado para recorrerla.

5. COMPETENCIA INDIRECTA

En la competencia indirecta comprenderán los lugares que están alrededor de la Bahía de Jiquilisco pero que no ofrecen más que uno o hasta 3 servicios iguales o similares a los que se proporcionan actualmente en la Punta San Juan del Gozo por medio del Centro Ecoturístico Punta Real.

La competencia indirecta a contemplar son Restaurante Stephany, Restaurantes Flotantes, Restaurante Cayukito, Restaurante Sr. Tiburón y Restaurante La Mariscada.

a. Restaurante Stephany

Hostal y Restaurante Stephany nace hace 5 años es decir en el año 2011, como fruto de una conversación familiar. Se inició con un pequeño local en un lugar diferente al actual; la publicidad se hacía de manera personal, visitando amigos, vecinos de los alrededores, hojas volantes y por medio de avisos en la radio, poco a poco la cartera de clientes fue creciendo.

Con el transcurrir del tiempo, se dio la necesidad de cambiarse a un lugar más amplio, para poder atender la demanda de los clientes, quienes nos premiaban con su fidelidad, se fueron haciendo mejoras al establecimiento, para mejor comodidad de la clientela.



Ilustración 111 Restaurante Stephany

Servicios que ofrecen



Restaurante

Alojamiento

Espacio de
esparcimiento

Playas

Tabla 102 Servicios del Restaurante Stephany

Habitaciones con Aire Acondicionado
Rockola
Agua Potable
Energía Eléctrica
Servicios Sanitarios

Tabla 103 Servicios Complementarios del Restaurante Stephany

Promociones

- No ofrecen promociones en cuanto al servicio de restaurante
- No ofrecen promociones en cuanto al servicio de hospedaje
- Precios de hospedaje en temporada alta aumentan en un 15%
- Precios de Paseos en lancha no depende del número de personas los precios son fijos y dependen del recorrido.



Ilustración 112 Menú del Restaurante Stephany

DIRECTOS

INDIRECTOS

Página Web http://hostalyrestaurantestephany.com/index.php/es/contactenos	Lancheros de la zona de Puerto El Triunfo
Facebook (ya no lo utilizan) https://www.facebook.com/pg/Restaurante-Sthefani-233926986707265/about/?ref=page_internal	-----
Correo Electrónico restaurantestephany@gmail.com	-----

Tabla 104 Canales de Distribución del Restaurante Stephany

<p>Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • No generan ningún tipo de publicidad ya que tiene Facebook pero no interactúan en la red social desde el año 2012. • Utilizan camisas alusivas al restaurante en las instalaciones • Tienen alianzas con algunos lancheros de la zona para que les promocionen con los turistas que lleguen al Malecón. 	<p>Modelos de Ingresos</p> <p>Modelo de venta directa de sus servicios y productos</p> <p>Mapa Tecnológico</p> <p>No presentan aspectos relevantes en este punto salvo la existencia de una rockola en el restaurante, aires acondicionados en las habitaciones y la tendencia de un motor 40hp y no existen intenciones de comprar por lo pronto maquinaria o equipo.</p>
<p>Plataforma de Oferta</p> <p>Solamente cuentan con las páginas Web que este año 2016 la renovaron.</p>	<p>Experiencia de Usuarios</p> <p>Es meramente directa al momento de adquirir los servicios ya que no se trabaja con previa reserva.</p>

Tabla 105 Características Extras del Restaurante Stephany

b. Restaurantes Flotantes

Como parte del rescate cultural de la zona de la Bahía de Jiquilisco, se retomó la palabra Xirihualtique para bautizar el proyecto donde parte de este proyecto fue la construcción de unos restaurantes flotantes, estos desde su diseño tienen como prioridad el manejo responsable la protección y cuidado de los recursos naturales de la Reserva de la Biosfera Xirihualtique.

Los restaurantes flotantes comenzaron a funcionar para finales de Diciembre de 2010 y quedo abierto al público desde esa fecha hasta la actualidad en un principio, actualmente están habilitados dos restaurantes flotantes que trabajan como uno solo. Este servicio de comer rodeado 360° de agua solamente se puede experimentar en dichos restaurantes, estos ofrecen servicios de paseos en Lancha, asimismo el alquiler de cañas de pescar, estos restaurantes surgieron como una alternativa que ofrece la Asociación de Desarrollo Turístico de la Bahía de Jiquilisco (ASDETUR), con el apoyo de la ONG “Ayuda en Acción” e instancias españolas que respaldaron la iniciativa donde se espera con el tiempo expandir dichos restaurantes.



Ilustración 113 Restaurantes Flotantes

<p>Restaurante</p>	<p>Renta de cañas de pescar</p>	<p>Paseo en lancha</p>

Tabla 106 Servicios del Restaurantes Flotantes

<p>Servicios Sanitarios</p>
<p>Permiten Bañar a los alrededores</p>
<p>Sistema de Agua Dulce</p>

Hamacas para descansar

Guías Turísticas

Tabla 107 Complementos a los servicios de los Restaurantes Flotantes

Promociones

- No tiene precios especiales sino que tienen precios fijos en el menú inclusive para temporada alta.
- Cuentan con paquetes para recorrer la Bahía de Jiquilisco en lancha estos son ofrecidos en la caseta de información (ASDETUR).



Ilustración 114 Menú de los Restaurantes Flotantes

DIRECTOS	INDIRECTOS
Facebook https://www.facebook.com/restaurantes.flotantes/posts/	Lancheros no asociados a ASDETUR
Caseta de información y adquisición de ASDETUR	Lancheros asociados a ASDETUR
-----	La Reservadirecta.com

Tabla 108 Canales de Distribución de los Restaurantes Flotantes

Marketing	Modelos de Ingresos
Publicidad por parte de los Tour Operadores Facebook Publicaciones en Diario Pagina El Salvador Impresionante	Modelo de Venta de Servicios y Productos de forma directa Modelo de Compartir parte de los Ingresos conocido como Yield Management. (Tour Operadores)

<p>Google crea anuncios ASDETUR</p> <p>Publicidad visual en el uso de camisetas en las instalaciones de los restaurantes.</p> <p>Publicidad visual en el uso de camiseta por parte de los lancheros asociados a ASDETUR</p>	<p>Mapa Tecnológico</p> <p>No tiene avances significativos en este aspecto más de los que ya poseen que son las lanchas y los motores de capacidad 40hp, 90hp. Y no hay indicios de que se realice una inversión en compra de maquinaria o equipo por el momento.</p>
<p>Plataforma de Oferta</p> <p>El Salvador Impresionante</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Facebook ● Sitio Lareservadirecta.com 	<p>Experiencia de Usuarios</p> <p>La experiencia es mixta directa e indirecta al momento de adquirir los servicios turísticos que involucren a los restaurantes flotantes ya que estos se desarrollan tanto en la caseta de información y adquisición de Asociación para el Desarrollo Turístico (ASDETUR) como con los diferentes medios electrónicos que ayudan a la comercialización de los servicios y productos.</p>

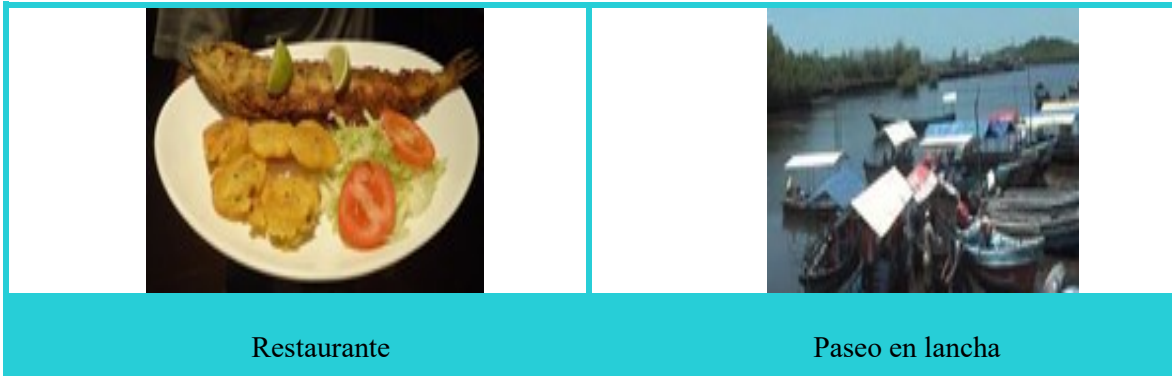
Tabla 109 Características extras de los Restaurantes Flotantes

c. Restaurante Cayukito

Cayukito es uno de los tantos restaurantes que son parte del conglomerado de los mismos presentes en los alrededores del Malecón, abrió sus puertas al público en el año 2008 y además de ser un restaurante ofrece a los turistas viajes alrededor de la Bahía.



Ilustración 115 Restaurante Cayuquito



Restaurante

Paseo en lancha

Tabla 110 Servicios que ofrece Restaurante Cayukito

Aceptan Tarjetas de Crédito

Guía Turístico para conocer los alrededores del pueblo.

Internet

Tabla 111 Servicios Complementarios que ofrece Cayukito

Promociones

- No aplican ningún tipo de descuento aunque lleguen un grupo grande tiene precios fijos.



Ilustración 116 Menú del Restaurante Cayukito

Canales de Distribución

- Directos cara a cara con el turista que llega a las instalaciones o al Malecón.

Modelos de Ingresos

- Venta Directa

Mapa Tecnológico

<p>Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • No tienen ningún sitio web • No tiene Facebook • Solamente interactúan con el cliente tratando de convencerlo cuando este llega al Malecón. 	<ul style="list-style-type: none"> • Solo poseen las lanchas para realizar los viajes, y la televisión que ofrecen para que el turista pueda hacer uso de ella si lo requiriera no están pensando en adquirir ningún tipo de maquinaria ni equipo
<p>Plataforma de Oferta</p> <p>No poseen solo es contacto directo frente a frente con los turistas</p>	<p>Experiencia de Usuarios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compra de los servicios de forma directa al llegar al Malecón

Tabla 112 Características Extras del Restaurante Cayukito

d. Restaurante sr. Tiburón

El restaurante el Sr. Tiburón está ubicado en la Terminal Turística del Malecón el cual tiene 8 años de estar funcionando, estos tiene platillos característicos a base de Tiburón de ahí se deriva el por qué el nombre del restaurante ya que ofrecen 3 platillos peculiares a base de Tiburón.

Estos tienen un servicio personalizado dentro del cual cabe destacar que otorgan a sus clientes 1 entrada la cual consiste en consomé de jaibas asimismo ofrecen a cualquier turista que consuma 1 bebida alcohólica en adelante un plato de conchas solamente abiertas con limón. El único servicio que oferta es el de restaurante no oferta viajes en lancha ni ningún otro servicio.



Ilustración 117 Restaurante Sr. Tiburón



Ilustración 118 Menú del Restaurante Sr. Tiburón



Ilustración 119 Menú y precio del Restaurante Sr. Tiburón

Aceptan Solamente efectivo

Música
Internet

Tabla 113 Servicios Complementarios del Restaurante Sr. Tiburón

Promociones

- No aplican ningún tipo de descuento aunque lleguen un grupo grande tiene precios fijos.
- Cobran el 10% en concepto de servicio.
- Regalan 1 entrada a todos los turistas que llegan a consumirles.
- Regalan 1 entrada adicional a quienes consumen 1 bebida alcohólica en adelante.

<p>Canales de Distribución</p> <ul style="list-style-type: none"> • Directos cara a cara con el turista que llega a las instalaciones o al Malecón. • Poseen cuenta de correo electrónico para reservaciones Corleto17baires@gmail.com <p>Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • No tienen ningún sitio web • No tiene Facebook • Solamente interactúan con el cliente tratando de convencerlo cuando este llega al Malecón. 	<p>Modelos de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Venta Directa <p>Mapa Tecnológico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Solo poseen las lanchas para realizar los viajes, y la televisión que ofrecen para que el turista pueda hacer uso de ella si lo requiriera no están pensando en adquirir ningún tipo de maquinaria ni equipo
<p>Plataforma de Oferta</p> <ul style="list-style-type: none"> • No poseen solo es contacto directo frente a frente con los turistas 	<p>Experiencia de Usuarios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compra de los servicios de forma directa al llegar al Malecón

Tabla 114 Características Extras del Restaurante Sr. Tiburón

e. Restaurante La Mariscada

La Mariscada es un restaurante que también está ubicado en la Terminal Turística del Malecón tiene más de 5 años de existir y este solo ofrece servicio de restaurante para los

turistas que llegan a la zona asimismo ofrece 2 hamacas para que sus clientes tengan una espera de sus alimentos más amena. Cabe destacar que la atención en dicho establecimiento deja mucho que desear, y este es el único de los restaurantes que está en la Terminal Turística que tiene apoyo de entidades de desarrollo para la zona.



Ilustración 120 Restaurante La Mariscada



Ilustración 121 Menú del Restaurante La Mariscada

Aceptan efectivo y tarjetas de Crédito

Música

Hamacas (2) para mientras se espera la comida

Tabla 115 Servicios Complementarios del Restaurante La Mariscada

Promociones

- No aplican ningún tipo de descuento aunque lleguen un grupo grande tiene precios fijos.
- No cobran propina ni recargo por servicio.
- Colocan promociones en los baldes cervecedores

<p>Canales de Distribución</p> <ul style="list-style-type: none"> • Directos cara a cara con el turista que llega a las instalaciones o al Malecón. <p>Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> • No tienen ningún sitio web • No tiene Facebook • Solamente interactúan con el cliente tratando de convencerlo cuando este llega al Malecón. 	<p>Modelos de Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Venta Directa <p>Mapa Tecnológico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Solo poseen las lanchas para realizar los viajes, y la televisión que ofrecen para que el turista pueda hacer uso de ella si lo requiriera no están pensando en adquirir ningún tipo de maquinaria ni equipo
<p>Plataforma de Oferta</p> <ul style="list-style-type: none"> • No poseen solo es contacto directo frente a frente con los turistas. 	<p>Experiencia de Usuarios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compra de los servicios de forma directa al llegar al Malecón

Tabla 116 Características Extras del Restaurante La Mariscada

6. SUSTITUTOS

a. Eco Parque El Espino



Ilustración 122 Eco Parque El Espino

A 10 kilómetros de la ciudad de Santa Tecla, puedes desconectarte del ruido de la ciudad en el Eco parque El Espino, ubicado en la Finca del mismo nombre. Este se encuentra en la falda sureste del Volcán de San Salvador, muy cerca de San Salvador.

Todo visitante apreciará la belleza natural de los pinos, cafetales, cipreses y flores de diversos colores, que adornan el camino que rodea las 50 manzanas de extensión (de 550) que están constantemente vigiladas por los guardabosques de la Cooperativa que administra el sitio.

El parque dispone de tres senderos que se recorren en un máximo de 45 minutos. En ellos, hay cultivos de noni, árboles robustos con más de 200 años de vida y también cafetales frondosos. Entre sus atractivos principales se encuentra el puente de hamaca de 24 metros de largo. También se aprecian las aves residentes de la finca tales como clarineros, tucanes, gallinas, chachas, gallinas de monte y urracas. Asimismo, hay animales silvestres como micoleones, armadillos (mejor conocidos como cuzucos), conejos, cotuzas, entre otros.

El segundo atractivo es el sitio llamado “El Infiernillo”, una pequeña área de tierra donde se experimenta la temperatura del vapor volcánico que emana de las profundidades de la tierra. El lugar culmen de la caminata de 45 minutos es el mirador, cuya altura es de 1, 233 metros sobre el nivel del mar. En él, se aprecia una espectacular vista panorámica de la urbe capitalina que contrasta con el tesoro natural de la Cordillera del Bálsamo. Eco parque El Espino tiene a su servicio una agradable cafetería que ofrece comida casera y platillos típicos a precios cómodos.

Para realizar los recorridos con un guía puedes solicitarlos a los guarda parques. Este servicio es gratuito. La retribución a la persona designada es opcional.

SERVICIOS - PRODUCTOS	PRECIOS
Membresía de Biciclista	\$20.00
Entrada General	\$1.50 por persona

Parqueo	\$1.00
Renta de Bicicletas	\$1.00 la hora
Renta de Hamacas	\$1.00 el día
Renta de Espacio para Acampar	\$5.00 las 24 horas
Cabaña Pequeña	\$25.00 las 24 horas
Cabaña Familiar	\$50.00 las 24 horas
Café Orgánico (Bolsa 1 libra)	\$3.50
Miel procesada por la Cooperativa	\$4.00

Tabla 117 Servicios y Precios del Eco Parque El Espino

Horario: Martes a domingo de 8:00 a.m. a 5:00 p.m.

*Si gozas de membresía para bici montañismo, puede ingresar desde las 5:00 a.m. en adelante y no paga costo de entrada.

<p>Canal de Distribución</p> <ul style="list-style-type: none"> • Directa por ventas directa cara a cara. • Indirecta por medio de los Tour Operadores 	<p>Publicidad</p> <p>El Salvador Impresionante Facebook</p>
<p>Plataforma Digital</p> <p>Facebook https://www.facebook.com/EcoparqueElEspino/about/ YouTube</p>	<p>Modelos de Ingresos</p> <p>Venta Directa de los Servicios y Productos. Yield Manangen la compartición por los Tour Operadores.</p>

Tabla 118 Características Extras del Eco Parque El Espino

b. La Puerta de Diablo



Ilustración 123 Puerta del Diablo

La Puerta del Diablo es un sitio turístico ubicado en el municipio de Panchimalco, El Salvador. Su principal atractivo es la grieta formada por dos peñascos enclavados sobre el cerro El Chulo, en cuyas cimas puede observarse un amplio panorama del territorio circundante. Se encuentra situado a un kilómetro del parque Balboa.

En este mismo lugar hay asociaciones locales de mujeres que ofrecen platillos típicos salvadoreños y creaciones propias como las riguas rellenas de chicharrón, loroco y otras variedades, además de atoles, platillos a base de elote y muchas opciones más.

Prácticas de deporte Extremo en la Puerta del Diablo en la puerta del Diablo se realizan todos los fines de semana actividades de deportes extremos.

SERVICIOS - PRODUCTOS			PRECIOS
Venta de	de	Típicos	Desde \$0.50 hasta \$2.00
Salvadoreños			
Venta de Artesanías			Desde \$1.00 hasta \$20.00
Canopy			\$2.00
Rapel			\$2.00
Senderismo			No tiene costo

Tabla 119 Servicios y Precios de La Puerta del Diablo

<p>Canales de Distribución Directo es decir cara a cara con los turistas.</p>	<p>Plataforma Digital Facebook</p> <p>Modelos de Ingresos</p>
--	---

Publicidad El Salvador Impresionante Facebook Google Páginas de Blogs	Venta Directa de los Servicios y Productos.
--	---

Tabla 120 Características Extras de La Puerta del Diablo

c. Parque Ecoturístico Tehuacán



Ilustración 124 Parque Ecológico Tehuacán

El municipio de Tecoluca se encuentra ubicado en el departamento de San Vicente, en la zona para central de El Salvador, se ubica a 73 kilómetros al este de la ciudad de San Salvador, en las llanuras de la costa salvadoreña, ocupando el espacio comprendido entre el volcán de San Vicente y Chinchontepec y el mar, tiene una extensión de 284.65 kilómetros y ocupa prácticamente todo el extremo sur del departamento, Tecoluca es el quinto municipio más grande del país después de Metapan, San Miguel, Santa Ana y Jiquilisco, según informes de la alcaldía municipal de Tecoluca.

El parque Ecoturístico Tehuacán tiene una extensión de 78 manzanas de bosque natural y un restaurante, "Tehuacán" en Náhuatl quiere decir "Lugar de Dioses" y está situado al noreste de la ciudad en el municipio de Tecoluca, San Vicente, el parque ofrece: Caminatas por estrechos llegando hacia miradores, "El Pacifico" y "El Cumbo", caminatas a las ruinas "Tehuacán", cabalgatas, pesca artesanal, área de piscinas, vivero, mini museo, cabañas y un Auditorium.

SERVICIOS - PRODUCTOS	PRECIOS
Entrada Adultos	\$1.00
Entrada Niños	\$0.50
Proyección de los Servicios educativos ambientales diversos.	Depende de la actividad que deseen ejercer bajo este marco.

Senderismo	No tiene ningún precio
Bici-montaña	\$1.00 alquiler de bicicleta
Proyección de la Historia natural, social, arqueológica y productiva de el salvador.	Depende de la actividad que deseen ejercer bajo este marco
Restaurante	Desde \$1.00 en adelante
Hostal	Desde \$25.00 en adelante
Piscinas	No tiene precio

Tabla 121 Servicios y Precios de Tehuacán

<p>Canales de Distribución</p> <ul style="list-style-type: none"> • Directo ya sea cara a cara. • Directo por medio de la • Páginas de Facebook <p>https://www.facebook.com/Parque-Ecoturistico-Tehuac%C3%A1n-408577695917144/</p> <p>Indirecto por medio de los Tour Operadores</p>	<p>Publicidad</p> <p>Facebook</p> <ul style="list-style-type: none"> • Google • Páginas de Blogs <p>Plataforma Digital</p> <p>Facebook</p> <p>Modelos de Ingresos</p> <p>Venta Directa de los Servicios y Productos.</p>
--	---

Tabla 122 Características Extras de Tehuacán

d. Hostal Miramundo



Ilustración 125 Hostal Miramundo

Hostal Miramundo, inició aproximadamente en 1996, como una casa de campo de uso familiar, contando con 6 habitaciones, construidas en madera y una casa antigua de adobe y teja, que servía, para hacer de la estadía de sus clientes, una experiencia fuera de serie, área libre, con una parrilla ocupada para los grupos que llegaban a realizar camping en el lugar. Desde siempre, Hostal Miramundo, se ha distinguido, por tener espectaculares panorámicas y clima templado, el toque familiar y acogedor de este lugar, le han permitido alcanzar un aumento en la demanda turística en la zona alta de Chalatenango.

SERVICIOS - PRODUCTOS	PRECIOS
Karaoke-bar.	Es gratuito
Caminatas al cerro El Pital.	Es gratuito
Visitas a Río Sumpul.	Costo Incluido en el paquete.
Visitas a plantaciones de hortalizas, fresas y flores	Costo incluido en el paquete
Paquete de 1 día	\$29.38
Paquete 2 días 1 noche	\$83.00
Habitación Familiar	\$65.00 por noche
Cabañas	\$60.00 por noche

Tabla 123 Servicios y Precios de Hostal Miramundo

<p>Canales de Distribución Directo ya sea cara a cara. Directo por medio de la página de Facebook http://www.hostalmiramundo.com/fotos.html Indirecto por medio de los Tour Operadores</p> <p>Plataforma Digital Facebook</p>	<p>Marketing Facebook Google Páginas de Blogs Utilizan volantes impresos</p> <p>Modelos de Ingresos Venta Directa de los Servicios y Productos. Publicidad generada por los Tour Operadores</p>
--	---

Tabla 124 Características Extras del Hostal Miramundo

7. PERFIL DE LA COMPETENCIA

En base a la investigación de los competidores directos, indirectos y sustitutos se realiza a continuación los perfiles de los competidores donde se destacan los aspectos más relevantes de los competidores que se consideraron en cada nivel de competencia.

a. Perfil de la Competencia Directa

<p>SERVICIOS</p> <p>Los servicios esenciales que oferta la competencia directa son los de Restaurante, Alojamiento, Paseos en Lancha, Playa, Piscinas, Canchas para la práctica de Deportes, Kayak, Senderismo y deportes Acuáticos, Ranchos, Hamacas.</p> <p>COMPLEMENTOS</p>
--

Parqueo, Luz Eléctrica, Agua Potable, Servicio de Sanitarios, Transporte.

PROMOCIONES

- Paquetes con precios especiales durante días de semana.
- Paquetes por grupos desde 5 personas
- Promociones por tiempo limitado.

PRECIOS

- Los precios oscilan en la alimentación oscilan entre \$2.50 hasta \$15.
- En bebidas \$0.50 hasta \$5.00
- En bebidas alcohólicas \$1.50 hasta \$15.00
- Cocteles \$3.50 a \$10.00
- Alojamientos \$40.00 hasta \$230.00
- Actividades turísticas desde \$5.00 hasta \$80.00 (dependen de la actividad ya que se mezclan en individuales y en grupo).
- Transporte \$10.00 hasta \$35.00 (se mezclan entre individuales y grupo)
- Viajes en Lancha desde \$20.00 (depende el recorrido).

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

- Facebook
- Pagina Web
- Correo Electrónico
- Páginas intermediarias como Cupón Club, TripAdvisor entre otras.

MARKETING

- Utilización de Redes Sociales (Facebook)
- Anuncios en Google
- Blogs que promocionan el lugar
- Paginas de Intermediarios que les promocionan
- Camisas distintivas
- Publicidad Visual (Volantes)

MODELOS DE INGRESO

- Modelo por Venta Directa de sus productos y servicios
- Modelo de Yield Management conocido como compartición de ingresos.

MAPAS TECNOLÓGICOS

La competencia está invirtiendo en la diversificación de sus servicios con prácticas innovadoras e incluso con prácticas de minimización de costos operativos como el autoabastecimiento además del equipo para la prestación de servicios.

PLATAFORMA DE OFERTA

- Hacen llegar las ofertas por vía correo electrónico
- Redes sociales (Facebook)
- Material Impreso
- Ferias de Turismo
- Google

EXPERIENCIA DE USUARIO

- Es directa e indirecta en puntos de compra.

OFERTAS DE TRABAJO

- Contratación de personal de la zona pero actualmente no se apertura ofertas de trabajo ya que están con el personal que necesitan para realizar sus servicios.

SUELDOS

- Encargados \$130.00 hasta el sueldo mínimo mensual.
- Auxiliares, cocineros y otros desde \$3.50 hasta \$10.00 diarios.

Tabla 125 Perfil de Competencia Directa

b. Perfil de la Competencia Indirecta

La Competencia indirecta básicamente son las demás ofertas turísticas a los alrededores de la Bahía de Jiquilisco que son solamente restaurantes mayormente no cuentan con instalaciones para dar servicio de piscina ni de playa en la mayoría de los competidores indirectos.

SERVICIOS

- Servicio de Restaurante

- Paseos en Lancha

COMPLEMENTOS

- Agua Dulce
- Energía Eléctrica
- Hamacas
- Servicios Sanitarios
- Música

PROMOCIONES

- Tienen precios fijos en cuanto a restaurante
- Tienen precios que oscilan entre \$20.00 a \$50.00 por paseos en lancha.

PRECIOS

- Precios en comida oscilan entre \$5.00 a \$35.00
- Precios en cocteles oscilan entre \$3.00 a \$6.00
- Precios de las bebidas oscilan entre \$0.50 a \$2.50
- Precios de las bebidas alcohólicas oscilan entre \$1.25 a \$2.50

CANALES DE DISTRIBUCION

- Directo mayormente.

MARKETING

- Se promocionan con camisas distintivas.
- Se promocionan con ayuda de los lancheros.
- Tienen redes sociales pero no las utilizan.

MODELOS DE INGRESOS

- Venta directa de sus Servicios y Productos.

MAPA TECNOLOGICO

- No poseen gran innovación en este aspecto más que las lanchas y los motores con los que ofrecen los servicios y los aparatos para la música como Rockolas y no están interesados en comprar maquinaria y equipo por el momento.

PLATAFORMA DE OFERTA

- Poseen Facebook aunque no hacen uso de él.

EXPERIENCIA DE USUARIO

- Mixta al momento de adquirir el servicio por que puede ser cara a cara o por medio de un tercero aunque este raras veces lo utilizan este tipo de competidores.

OFERTAS DE TRABAJO

- Por el momento no están interesados en contratar nuevo talento.

SUELDOS

- Pagan alrededor del salario mínimo al mes más bono y alimentación.

Tabla 126 Perfil Competencia Indirecta

c. Perfil de los Sustitutos

SERVICIOS

- Ofrecen Ecoturismo
- Ofrecen Turismo Rural
- Ofrecen Turismo de Aventura
- Otros Tipos de Turismo.
- Servicios de Senderismo
- Tour en Bicicleta
- Restaurante

PRECIOS

Alojamientos entre \$25.00 hasta \$65.00

Actividades diversas desde \$2.00 en adelante

CANALES DE DISTRIBUCION

- Directos por el contacto por que para reservar se puede correo electrónico, páginas web y Facebook.
- Indirecto ya que existen intermediarios Tour Operadores.

MARKETING

- Se promocionan por Google
- Se promocionan por Blogs
- Les promocionan los Tour Operadores
- Reparten volantes

MODELOS DE INGRESOS

- Modelo de Venta directa para ofrecer los productos y servicios
- Mediante la ayuda de los Tour Operadores.

PLATAFORMA DE OFERTA

- Facebook
- Google
- YouTube

B. MERCADO CONSUMIDOR

Para el apartado correspondiente al mercado consumidor se realizó una segmentación del mercado, posteriormente se diseñó el instrumento, se calculó la muestra y se realizó el encuestaje por último se realizó el vertido de los hallazgos más relevante para cada zona que se encuestó.

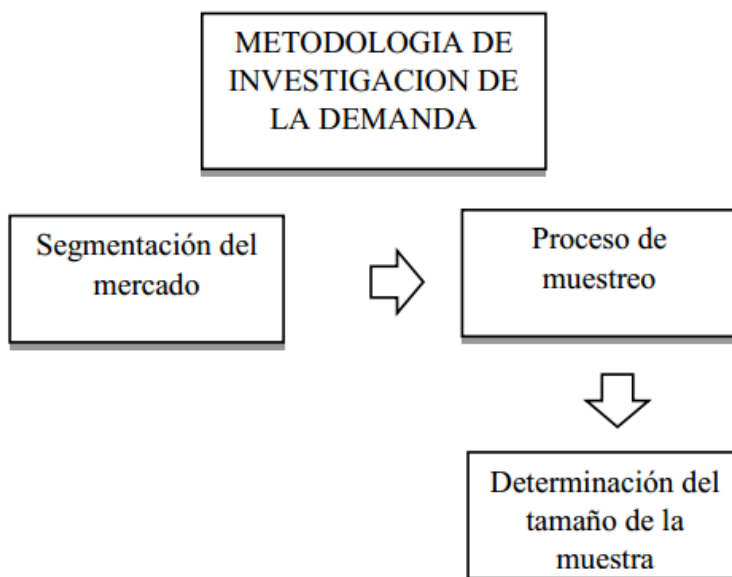


Ilustración 126 Mercado consumidor

1. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

Para la identificación de la demanda, se considerara aquellos clientes potenciales que tengan ingresos igual o mayor al salario mínimo, para el cual se considerara los sectores comercio, servicios, industria e ingenios azucareros en El Salvador es de \$300³².)Ya que estas son las personas que pueden costear sus vacaciones y visitar atractivos turísticos.

El mercado disponible está conformado por todas aquellas personas que tienen la necesidad específica de vacacionar y que cuentan con la capacidad para poder adquirir algún servicio turístico.

Para la investigación de la demanda se considerara una población finita, y esta será seleccionada según:

- Estimaciones y proyecciones de población. Nacional 2005-2050 (DIGESTYC)

a. Segmentación Geográfica

³² Nuevo salario mínimo en el salvador 2017 ~ Educaconta

La Punta San Juan está ubicada en la Bahía de Jiquilisco, departamento de Usulután, el cual está ubicado en la zona oriental del país.

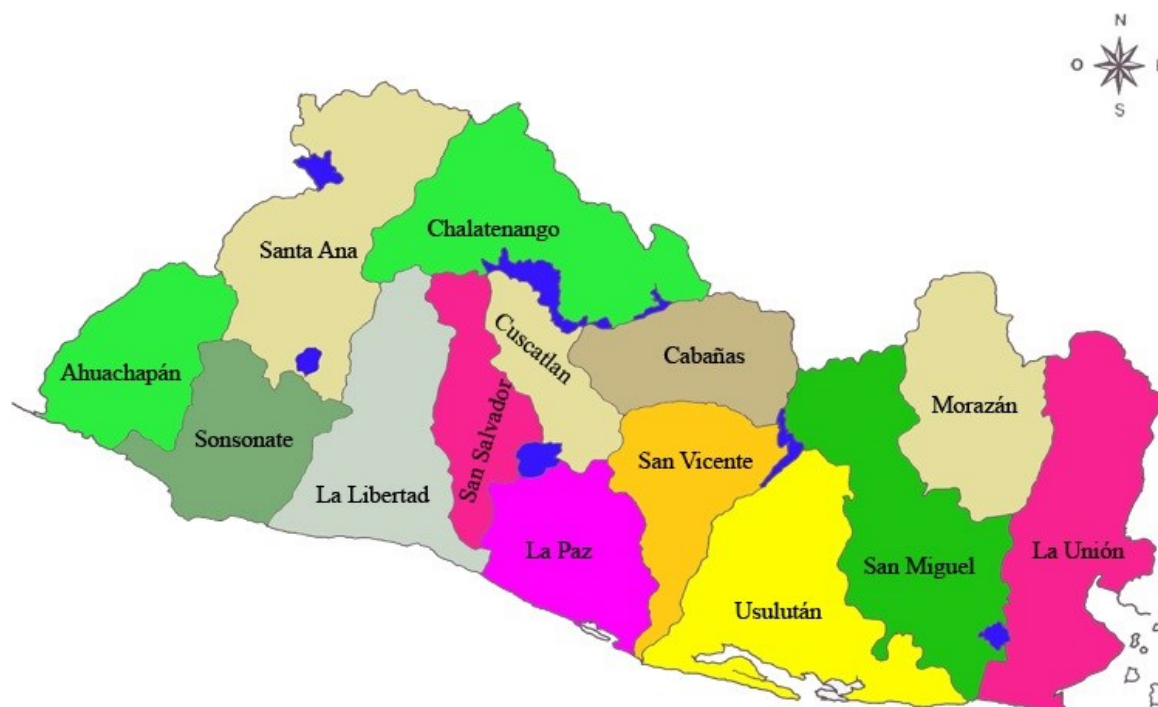


Ilustración 127 Mapa de El Salvador

Para el estudio se consideró la población de los 14 departamentos que conforman el territorio nacional, tomando aquellas personas que pertenecen al casco urbano de cada departamento, ya que son las que se inclinan más por la práctica del tipo de turismo ecológico debido al estrés cotidiano ya que rara vez pueden interactuar con la naturaleza a diferencia de la población rural.

b. Segmentación Demográfica

Edad

Se tomaran en cuenta las personas mayores a 20 años, ya que estas tienen mayor libertad de elección y movilización con el fin de practicar alguna actividad turística. Tomando los jóvenes mayores a la edad antes mencionada y a las familias en el que el jefe de familia es mayor a 20 años.

Ingresos

Para los ingresos solo se segmentó a las familias, donde se consideraran únicamente las personas jefes de familia que sus ingresos sean mayores a \$300. En el caso de jóvenes no se tomó en cuenta los ingresos, solamente que practicarán turismo.

2. PROCESO DE MUESTREO

- **Unidad de Muestra**

Estará representada por personas naturales, mayores a 18 años y menores a 30 años, hombre o mujer, ciudadanos Salvadoreños para los jóvenes y para familia personas naturales jefes de familia mayores a 20 años ciudadanos salvadoreños.

- c. **Marco Muestral**

Se define un marco muestral adecuado donde aparezcan identificadas las personas o unidades que componen la población del estudio. Para el estudio se ubican las personas que componen la población de estudio por medio de una encuesta.

- d. **Justificación del método de muestreo seleccionado**

Para la elaboración de la investigación para se utilizara un muestreo aleatorio simple, puesto que se considera que cada elemento de la población es un cliente potencial, lo que significa que tiene la misma probabilidad de ser seleccionado. El muestreo aleatorio simple presenta la ventaja de ser relativamente fácil y barato para encontrar las unidades de muestra.

3. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para el cálculo del tamaño de la muestra, se deben considerar los siguientes aspectos: El tipo de población que para el estudio se considera finita, el error muestral, el nivel de confianza y varianza poblacional.

Para el cálculo de la muestra se utilizara la siguiente fórmula, considerando que la población es finita:

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

Donde:

p=Probabilidad de éxito.

q=Probabilidad de fracaso.

N=Tamaño de la población total.

n=Tamaño de la muestra.

Z=Nivel de confianza.

Para el cálculo de la muestra se llevara a cabo para jóvenes y para familias de manera separada:

- **Tamaño de la muestra para Jóvenes**

Determinación del p y q.

Para la determinación del p y q, es decir la probabilidad de éxito y fracaso, por medio de un sondeo donde se les pregunto a 10 jóvenes:

¿Con quién prefieres realizar turismo?

Para lo cual se obtuvieron los siguientes resultados:

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
FAMILIA (q)	1	0.10
AMIGOS (p)	9	0.90
TOTAL	10	1.0

Tabla 127 Probabilidad de Éxito y Fracaso Jóvenes

ZONA	DEPARTAMENTO	POBLACION URBANA	INCIDE DE POBREZA	TOTAL DE POBLACION NO POBRE	POBLACION POR ZONA	POBLACION TOTAL (N)	
OCCIDENTE	Sonsonate	131979	18%	108355	309,031	1,420,668	
	Ahuachapán	97838	24%	74846			
	Santa Ana	148385	15%	125830			
CENTRAL	Chalatenango	60369	14%	52219	825,684		1,420,668
	La libertad	201977	15%	172488			
	San Salvador	425015	8%	391439			
	Cuscatlán	67777	19%	54832			
	La Paz	96307	23%	73771			
	Cabañas	47862	19%	38625			
	San Vicente	51915	19%	42311			
ORIENTE	Usulután	100396	20%	80216	285,952	1,420,668	
	San Miguel	128778	17%	107272			
	Morazán	55376	22%	43359			
	La Unión	70920	22%	55105			

Tabla 128 Población de Jóvenes

Para el cálculo de la muestra para jóvenes se consideró un universo o población total (N) de 1, 420,668 personas. Se utilizó un nivel de confianza (Z) del 1.94, bajo la curva normal y un margen de error del 5%.

$$n = \frac{1.94^2(1,420,668)(0.9)(0.1)}{0.05^2(1,420,668 - 1) + 1.94^2(0.9)(0.1)}$$

$$n = 135$$

TAMAÑO DE LA MUESTRA	POBLACION POR ZONA	POBLACION POR ZONA	PORCENTAJE DE PARTICIPACION	ENCUESTAS POR ZONA
135	OCCIDENTAL	309,031	22%	29
	CENTRAL	825,684	58%	79
	ORIENTAL	285,952	20%	27

Tabla 129 Encuestas por Zona

e. Tamaño de la muestra para Familias

Determinación del p y q.

Para la determinación del p y q, es decir la probabilidad de éxito y fracaso, por medio de un sondeo donde se les pregunto a 10 jóvenes:

¿Usted realiza turismo de sol y playa en su tiempo libre?

Para lo cual se obtuvieron los siguientes resultados:

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI (p)	9	0.90
NO (q)	1	0.1
TOTAL	10	1.0

Tabla 130 Probabilidad de Éxito y Fracaso para Familias

ZONA	DEPARTAMENTOS	TOTAL PERONAS	INDICE DE POBREZA	CANTIDAD DE HOGARES	CANTIDA DE HOGARES NO POBRES	TOTAL HOGARES
Zona Occidental	Ahuachapán	355287	0.235	123788	100433	510214
	Santa Ana	580376	0.152			

	Sonsonate	497129	0.179		
	TOTAL	1432792	0.189		
Zona Central	La Libertad	784531	0.146	408502	340632
	La Paz	354001	0.234		
	Cuscatlán	259517	0.191		
	San Salvador	1764426	0.079		
	Chalatenango	201346	0.135		
	San Vicente	180138	0.185		
	Cabañas	163630	0.193		
	TOTAL	3707589	0.166		
	Zona Oriental	La Unión	263092		
Usulután		367871	0.201		
San Miguel		489546	0.167		
Morazán		199021	0.217		
TOTAL		1319530	0.202		

Tabla 131 Población de Hogares

Para el cálculo de la muestra para jóvenes se consideró un universo o población total (N) de 510,214 personas. Se utilizó un nivel de confianza (Z) del 1.96, bajo la curva normal y un margen de error del 5%.

$$n = \frac{1.96^2(510,214)(0.9)(0.1)}{0.05^2(510,214 - 1) + 1.96^2(0.9)(0.1)}$$

$$n = 138$$

TAMAÑO DE LA MUESTRA	ZONA	CANTIDAD DE HOGARES	PORCENTAJE	ENCUESTAS POR ZONA
138	OCCIDENTAL	100433	20%	27
	CENTRAL	340632	67%	92
	ORIENTAL	69148	13%	18

Tabla 132 Encuesta de Hogares por Zona

4. DISEÑO DE INSTRUMENTO

Dadas las condiciones de estudio para el mercado consumidor se establecieron dos grupos poblacionales que participan como mercado consumidor y que sus gustos o preferencias podrían marcar una diferencia importante o no.

Ya que en la sociedad salvadoreña la mayoría de familias sostienen una educación tradicional conservadora que inculca desde pequeños a los niños el valor de los fuertes lazos familiares y apreciar los momentos de convivir y compartir en grupo familiar, tanto la familia nuclear como la extensiva. Por lo que no es extraño ver a grupos de excursionistas conformados por una sola familia extensiva. De más de 12 personas en cualquier destino turístico independientemente del nivel social o cultural que posea siempre se distinguen muchos grupos familiares vacacionando.

Por otro lado se tiene la incursión de los hijos jóvenes de cada familia a la vida productiva del país, formando parte de la PEA a temprana edad.

Una tendencia muy marcada en los últimos años en el ámbito laboral es la de los trabajos de medio tiempo y trabajos para jóvenes no profesionales que permiten un ingreso aceptable arriba del salario mínimo y sin requisitos de experiencia alguna o una educación técnica comprobable.

Esto da apertura a la formación de círculos sociales bastante grandes en la mayoría de trabajos sobre todo del sector servicios. Que brinda a los jóvenes un ingreso seguro y como a la vez con una carga de trabajo relativamente estable. Todo esto sumado a la tendencia de las generación “Y” y “Z” (fenómeno socio cultural) que impulsa a los jóvenes entre 15 y 35 años a ser una generación consumista y despreocupada.

Para muchos de los cuales su objetivo es obtener ingresos para poder disfrutar con sus amigos la remuneración recibida. Esto favorece enormemente a la oferta de turismo en cualquier zona o región. Sumado a la imitación por popularidad que arrojan las redes sociales al observar el comportamiento de algunos jóvenes, gustos o preferencias, incluyendo la visita a lugares turísticos y desarrollo de actividades turísticas.

Considerando las posibles preferencias de los jóvenes cuando viajan con grupos de amigos o compañeros del trabajo podrían ser distintas a las preferencias que tienen cuando viajan con sus familias se vuelve necesario identificar antes de contestar el cuestionario el grupo con el que el entrevistado prefiere vacacionar, (familia / grupo de jóvenes).

Por esta razón se diseñaron dos instrumentos de recolección de información, Ver Anexo 12 y 13

- Encuesta para Familias
- Encuesta para Jóvenes

5. HALLAZGOS MERCADO CONSUMIDOR ZONA ORIENTAL

a. Hallazgos de Familias

- El 94% de los encuestados realizan turismo acompañados de su familia.
- el 37% de los encuestados manifestaron que realizan actividades turísticas 3 veces al año, un 18% 1 vez al año y el 12% 1 vez a la semana.
- El 49% realizan actividades turísticas en cualquier mes del año, mientras que el 18% en semana santa.
- El tipo de actividades que practica generalmente los encuestados son: senderismo, gastronomía, observación de flora y fauna, actividades de relajación, visita a sitios arqueológicos, visita a playas, visita a ríos, visita a lagos y visita a balnearios.
- el 67% de los encuestados mencionaron que sus actividades tienen una duración de 1 día, mientras que el 24% pernoctan en los lugares turísticos por 2 días.
- El 64% de los encuestados que sus salidas duran más de 1 día se alojan en hoteles mientras que el 27% en hostales.
- el tipo de turismo que más prefieren los encuestados son los siguientes, ordenados de mayor a menor preferencia: turismo de sol y playa, ecoturismo, turismo de aventura y turismo arqueológico.
- El 100% de los encuestados opinaron que es importante la señalización turística en los lugares turísticos.
- Los elementos más importantes que deben existir en un lugar turístico según los encuestados son los siguientes: aseo y limpieza, gastronomía, precios accesibles y alojamiento.
- el 52% de los encuestados ha visitado la Bahía de Jiquilisco y el 48% nunca ha visitado la Bahía de Jiquilisco.
- El 89% de los encuestados estaría dispuesto a visitar la Bahía de Jiquilisco, mientras que el 11% opinó lo contrario.
- El 100% de los encuestados están dispuestos a visitar un lugar turístico con mezcla de sol, playa y turismo ecológico.
- las actividades que le gustaría que ofreciera un destino turístico que mezclara playa y ecoturismo son: servicio de platillos a base de coco, menú para niños, estación de Bar, Senderismo, Avistamiento de tortugas, estación de bocadillos y bebidas, cenas románticas, alquiler de kayak, área de spa, estación de raspados, tienda de artesanías, área de juegos para niños, museo interpretativo, área de camping, cancha de futbol playa y área de entretenimiento familiar.

b. Hallazgos de Jóvenes

- Los encuestados realizan sus actividades turísticas mayormente con amigos y familia con un porcentaje de participación del 46% y 41% respectivamente.
- El 49% de los encuestados realiza actividades turísticas 3 veces al año y el 24% 6 veces al año.
- Las actividades que practica generalmente los encuestados son: gastronomía, observación de flora y fauna, actividades de relajación, visita a pueblos coloniales, visita a playas, visita a ríos, visita a lagos y visita a balnearios.
- El 61% de los encuestados opino que sus salidas tiene una duración de 1 día, mientras que el 24% 2 días.
- los encuestados que pernoctan en los lugares turísticos se alojan mayormente en hoteles y hostales con un 54% y 38% respectivamente.
- el tipo de turismo que más prefieren los encuestados ordenados de mayor preferencia a menor preferencia son: turismo de sol y playa, turismo de aventura, ecoturismo y turismo arqueológico.
- El 100% de los encuestados opinaron que si es importante la señalización turística en los lugares turísticos.
- Los elementos más importantes con los que debe contar un lugar turístico son los siguientes: aseo y limpieza, precios accesibles, gastronomía y servicios básicos.
- El 69% de los encuestados ha visitado la Bahía de Jiquilisco, y el 84% de los encuestados opinaron que estarían dispuestos a visitar la Bahía de Jiquilisco.
- El 100% de los encuestados están dispuestos a visitar un lugar turístico que ofrezca sol, playa y turismo ecológico.
- Los encuestados opinaron que las actividades que le gustaría que ofreciera un destino turístico que mezclara playa y ecoturismo son: servicios de platillos a base de coco, estación de Bar, senderismo, avistamiento de tortugas, estación de bocadillos y bebidas, alquiler de kayak, alquiler de Jet Sky, servicio de bebidas a base de coco, estación de raspados, tienda de artesanías, área de camping, caminatas nocturnas, cancha de futbol playa, alquiler de bicicletas y área bailable.

6. HALLAZGOS MERCADO CONSUMIDOR ZONA CENTRAL

a. Hallazgos de Familias

- El 90% de los encuestados manifestaron que realizan turismo usualmente con su familia y una minoría del 5% manifestaron que en pareja y con amigos respectivamente.
- El 50% de los encuestados mencionaron que en sus actividades turísticas le acompañan de 4 a 5 personas y un 34% de 2 a 3 personas.
- El 59% manifestaron que vacacionan 3 veces al año y un 53% realiza dichas salidas en periodos vacacionales.
- Las actividades que mayormente practican los encuestados son senderismo, gastronomía, observación de flora y fauna, visita playas y visita a balnearios.
- El 80% de los encuestados mencionaron que sus salidas tienen una duración de 1 día y el 20% tienen una duración de más de 1 día.
- El 38% de los encuestados que sus salidas tienen una duración de más de 1 día, se alojan en hostales y un 33% en hoteles.
- Las rutas turísticas que más conocen los encuestados son la Ruta de las Flores y la Ruta de Sol y Playa, con un 41% y 29% respectivamente.
- El tipo de turismo que más prefieren los encuestados es el Turismo de Sol y Playa, seguido del Ecoturismo el cual tiene una preferencia de segundo y tercer orden y en la preferencia de cuarto se tiene el Turismo de Aventura.
- El 100% de los encuestados manifestaron que es importante que exista señalización turística.
- Los encuestados manifestaron que los elementos importantes que deben existir en un lugar turístico son aseo y limpieza, seguridad, precios accesibles y gastronomía.
- Un 76% de los encuestados ha visitado la bahía de Jiquilisco, en la cual el 36% manifestó que han visitado el Malecón.
- Las redes sociales que más utilizan los encuestados son Facebook y WhatsApp, con un 44% y 47% consecutivamente.
- Si existiría un destino turístico con mezcla de sol, playa y turismo ecológico, el 96% manifestó que estarían dispuesto a visitarlo.
- De las actividades que los encuestados manifestaron que les gustaría que ofreciera un destino con sol, playa y turismo ecológico tenemos las siguientes, las cuales son las más seleccionadas: servicio de platillos a base de coco, menús para niños, senderismo, avistamiento de tortugas, estación de bocadillos y bebidas, cenas románticas, servicio de bebidas a base de coco, estación de raspados y área de juegos para niños.

b) Hallazgos de Jóvenes

- El 35% de los encuestados manifestaron que realizan actividades turísticas con su familia, mientras que el 47% lo hacen con amigos.
- Los encuestados mencionaron que realizan sus salidas acompañados de 2 a 3 personas y de 4 a 5 personas con una participación de 27% y 44% respectivamente.
- El 38% de los encuestados manifestaron que realizan actividades turísticas 3 veces al año, mientras que un 15% lo hace 2 veces al mes, además de un 12% y 13% que lo hacen 6 veces al año y vez al mes respectivamente.
- El 51% de los encuestados mencionaron que realizan actividades turísticas en cualquier mes del año, mientras que un 33% lo hace en periodos vacacionales.
- Los encuestados manifestaron que las actividades que más realizan son senderismo, gastronomía, observación de flora y fauna, visita a pueblos coloniales, visita playas y balnearios.
- El 56% de los encuestados manifestaron que sus salidas tienen una duración de 1 día, mientras que un 33% sus salidas tienen una duración de 2 días.
- Los encuestados que manifestaron que sus salidas tienen más de 1 día de duración, el 49% se aloja en hoteles, mientras que un 30% se hospeda en hostales.
- Las rutas turísticas que más han visitado los encuestados son la Ruta de las Flores y la Ruta de Sol y Playa, con una participación del 37% y 31% respectivamente.
- El tipo de turismo que más prefieren los encuestados son el Turismo de Sol y Playa, Turismo de Aventura, Turismo Gastronómico y Ecoturismo.
- El 100% de los encuestados manifestaron que es importante que exista señalización turística en los destinos turísticos.
- Entre los elementos más importantes que mencionaron los encuestados que deben existir en un destino turístico tenemos Aseo y Limpieza, Gastronomía, Seguridad y Servicios Básicos.
- El 31% de los encuestados manifestaron que han visitados la Bahía de Jiquisco, visitando el Malecón, Los Restaurantes Flotantes y La Pirraya con un 29%, 20% y 15% respectivamente.
- Los encuestados mencionaron que si existiera un lugar que ofertara sol, playa y turismo ecológico estarían dispuestos a visitarlo, con una participación del 98%.
- Las actividades que les gustaría encontrar a los encuestados si existiera un lugar con sol, playa y turismo ecológico son: estación de bar, avistamiento de tortugas, estación de bocadillos y bebida, alquiler de Jet Sky, estación de raspados, paseos en carruaje, caminatas nocturnas, alquiler de bicicletas y área bailable.
- Lo que motiva a los encuestados a visitar algún destino turístico es la seguridad de la zona, los precios accesibles de la zona y el tipo de turismo que oferta el lugar con una participación de 23%, 17% y 15% respectivamente.

7. HALLAZGOS MERCADO CONSUMIDOR ZONA OCCIDENTAL

a. Hallazgos de Familias

- De las familias entrevistadas se distingue un auge de una proporción mayor a parejas no casadas y solteras (padres solteros o madres solteras), más que de familias integradas por padre y madre y que estén casadas.
- Existen dos porciones sobresalientes en cuanto a las edades una que ronda los 43 años y la otra parte los 27 años, dentro de los grupos familiares
- El género de personas entrevistadas en conjunto es bastante homogéneo, mitad hombres y mitad mujeres.
- La mayoría de personas que practican turismo son las que tienen ingresos estables arriba del salario mínima sea por poseer trabajo fijo (son profesionales), porque son Jubilados o tienen negocio propio. Sumando el 61% de la población.
- Se confirma que el método de escogitación de personas fue efectivo al mostrarse mayor participación de los departamentos de la zona occidental, sin embargo es un punto muy importante que en la zona occidental se encontró presencias de turistas nacionales desde la zona central y desde el lado de oriente. Lo que indica que el turismo en la zona occidental es suficientemente atractivo como para motivar a un viaje de extremo a extremo del país.
- Más del 85% de la población sigue la tendencia a vacacionar en familia, y los grupos familiares en general están conformados desde 3 hasta 5 personas. Donde se identificó muchas familias jóvenes con tan solo un hijo mientras se desarrollaba la entrevista.
- El grueso de la población utiliza transporte propio, y en segundo lugar y bastante representativo son los grupos familiares que viajan en transporte público.
- Muchas de las personas realizan presupuesto sobre los gastos del viaje a realizar arrojando una media de \$30 a \$50 por persona, por día.
- Las costumbres de la mayoría de familias es disfrutar en turismo por viaje del día, practicándolo regularmente una vez por semana.
- Debido a que la mayor parte de la población entrevistada en la zona occidental son personas que ganan más del mínimo y poseen un trabajo estable y el compromiso de mantenerlo es lo que motiva a aprovechar las temporadas de vacaciones para realizar turismo por periodos un poco mayores a un día.
- Entre las actividades más sobresalientes que practican están las primeras 5: Visitar playas, Gastronomía, Visita a balnearios y lagos, observación de flora y fauna y senderismo.
- A pesar que las actividades que prefieren los turistas entrevistados no son actividades que requieren obligatoriamente uso de habitaciones para alojamiento, en su mayoría si decide alojarse prefiere hoteles como primera opción.
- Las rutas más conocidas son la de sol y playa y la del café.

- A pesar que las personas saben de los pueblos vivos la mayor parte no los ha visitado.
- Para las personas de la zona occidental el turismo de mayor preferencia s de playa y en segundo lugar el turismo gastronómico y en tercero el turismo de aventura. En cuarto lugar quedaría el ECOTUSMO.
- El mejor medio de comunicación y motivante para visitar un destino turístico es sin duda la publicidad por recomendación de conocidos y en segundo lugar aparece el uso de tecnología con las Redes sociales.
- De los elementos más importantes para seleccionar el destino turístico están el Aseo y Limpieza y la Seguridad, pero por acumulación de valoraciones los precios accesibles son el objetivo principal de turista.
- Muy pocas personas han visitado la bahía de Jiquilisco a pesar de conocer de ella.
- Los atractivos turísticos más reconocido por los turistas por fines gastronómicos entre ellos está, el Malecón, los restaurantes alrededor del malecón.
- Para los turistas es desconocida ahí hay una oficina de información al turista y aun si la distinguen no hace uso de las recursos.
- Se observan una gama grande de posibilidades para Actividades turísticas a Desarrollar en Punta San Juan
- El factor decisivo para ir de viaje o la seguridad y orden y limpieza. En conjunto con precios accesibles.
- Se confirma que los ingresos familiares rondan los 300 hasta los 700.

b. Hallazgos de Jóvenes

- La mayor parte de personas que vacacionan como grupos de jóvenes no familiares, se encuentran en edades de los 25 a los 35 años y un 54% tienen ingresos fijos con un empleo o negocio propio, contra un 36% que son económicamente dependientes y son Estudiantes.
- En la zona occidental también se encontraron jóvenes que estaban realizando turismo y provenientes de la zona oriental del país
- La mitad de los jóvenes entrevistados a pesar de encontrarse con un grupo de amigos manifiestan que normalmente el turismo lo practican en familia. En segundo lugar los que si afirman que usualmente vacacionan con amigos o su pareja.
- Los grupos de jóvenes que vacacionan varían pues se componen de 4 a 5 personas con un 65% y un 20% de 2 a 3 personas (normalmente parejas)
- Los jóvenes a pasear de viajar en grupo casi siempre lo hacen en el vehículo propio de alguno de los integrantes del grupo. Y una pequeña parte lo hace con transporte público 16% o en excursión (tour operadores)
- El presupuesto por persona presenta una tendencia a un gasto máximo de \$60 con la mayor frecuencia del 30% de los entrevistados, un mínimo de \$20 y de forma general un promedio de \$45, el máximo está en consideración de las otras respuestas de la encuesta donde la mitad de los jóvenes manifiestan que prefieren realizar viajes del día. Pregunta 9
- Para los que prefieren vacacionar por más de un día aseguran que prefieren hacerlo en hoteles o en hostales, 50% y 28% respectivamente. Y solo una pequeña porción 17% disfrutan acampar
- Un 98% que asegura conocer de las rutas turísticas solo un 92% si las ha visitado y las más visitadas son la de las Flores, Sol y Playa y la del café. Ver preguntas 11, 12 y 13.
- Igualmente casi todos conocen de pueblos vivos y casi todos han visitado al menos uno, pues Santa Ana es un lugar altamente turístico y religioso y la ruta de las flores está en el occidente del país.
- La preferencia de los jóvenes en orden de prioridad es de realizar turismo de Sol y Playa, Turismo de Aventura y Turismo Gastronómico. Siendo este uno de los hallazgos más importantes pues muestra la combinación que más atrae a los jóvenes.
- Y en la actualidad la tecnología y la rapidez de información a nivel juvenil esta aportada por las aplicaciones y las redes sociales, marcando una clara preferencia por dos fuentes de información: Recomendaciones de conocidos y Redes sociales. Casi dejando un margen pequeño a los medios tradicionales de radio y televisión.

- De los diez elementos propuestos que debe tener un destino turístico los cinco más votados fueron, Aseo y limpieza, Seguridad, Precios accesibles, Gastronomía y Alojamiento.
- El 94 % de los jóvenes ha escuchado de la bahía de Jiquilisco como destino Turístico y el 97% está dispuesto a visitarla contra solo 2 de cada 100 jóvenes que no viajaría por relacionar la zona con baja seguridad o porque está muy lejos de sus hogares.
- 9 de cada diez jóvenes ha visitado la Bahía de Jiquilisco. y Solamente uno 1 de los que sí han visitado la bahía conocen Centro Ecoturístico Punta Real. Pregunta 23 y 24.
- El trabajo de la Oficina de Información Turística ubicada en el Malecón de la Bahía es poco o prácticamente nulo según la información obtenida en este estudio, los jóvenes de la zona occidental que han viajado a la bahía ninguno tenía conocimiento de la oficina.
- A casi todos los jóvenes les gustaría un lugar de Sol, Playa y Ecoturismo 94% de los entrevistados y les gustaría practicar casi todas las actividades propuestas en el cuestionario, con sobresaliente preferencia por un bar, estación de bocadillos y bebidas, fogatas nocturnas y Alquiler de Jet Sky y caminatas nocturnas entre otras.
- Los jóvenes también señalaron sus preferencias en cuanto a elementos que harían su estadía en un lugar así, mucho más cómodo, de los cuales cabe destacar, Seguridad, Personal capacitado, Orden y Limpieza, Precios bajos y servicio de restaurante.
- Las cuatro opciones más sobresalientes para elegir un destino turístico son: Seguridad, Precios accesibles, Tipo de Turismo y Distancia a la que se encuentra. Esta última es contundente al observar que la mitad de los jóvenes prefieren un viaje de día.
- Finalmente el rango de ingresos mensuales oscila desde menores a 300 hasta 1500 pero la mayor parte de la población son ingresos menores a 300 con un 40% de los jóvenes y en segundo lugar los ingresos de 300 a 700. Con un 40% más.

8. CALCULO DE LA AFLUENCIA TURISTICA EN PUERTO EL TRIUNFO

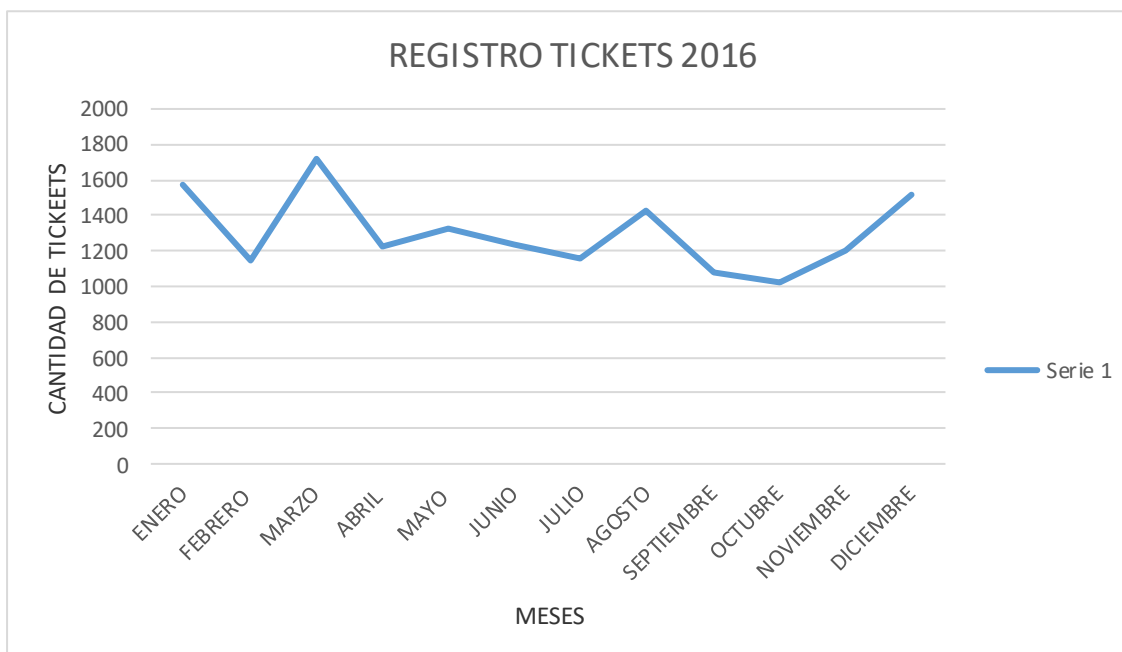
a. Afluencia de Turistas

Para calcular la afluencia de turistas, se utilizara los registros de tickets emitidos por la pluma en la entrada de “El Malecón”, los cuales nos proporcionara la cantidad de autos que ingresaron e hicieron uso del parqueo. Estos datos fueron proporcionados por el colector, los cuales son del año 2016 hasta abril de 2017, los cuales se presentan a continuación:

AÑO 2016												
DIA	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1	151	22	32	68	81	38	35	38	67	50	32	34
2	117	23	26	51	20	38	64	47	34	55	82	29
3	84	32	22	82	18	30	61	64	45	29	38	72
4	51	32	45	31	37	36	27	90	62	34	39	57
5	31	35	50	28	26	30	22	105	21	37	47	31
6	47	45	49	49	39	15	32	118	22	17	46	25
7	38	42	23	37	61	17	39	73	29	23	20	27
8	41	27	35	30	84	33	31	23	30	41	41	35
9	52	31	27	68	31	16	56	22	27	49	33	43
10	62	41	30	46	145	22	58	41	41	24	33	49
11	42	32	27	26	30	51	28	15	57	23	25	68
12	35	34	77	24	28	55	27	28	17	24	45	27
13	42	54	41	28	24	19	32	53	16	34	39	27
14	26	118	22	32	49	30	17	54	30	23	19	44
15	35	27	30	36	54	37	32	22	63	53	43	38
16	98	25	44	39	24	46	58	36	30	44	34	41
17	71	43	40	58	32	147	47	33	42	15	41	55
18	28	34	57	15	56	66	25	36	47	21	33	68
19	26	43	59	30	33	59	34	22	20	29	43	29
20	42	60	99	33	40	22	35	58	23	27	52	41
21	31	26	51	25	61	15	27	78	36	24	19	52
22	31	34	83	37	52	58	49	30	34	50	29	60
23	40	41	82	55	26	30	69	26	32	61	46	75
24	50	55	135	61	28	39	54	39	47	10	39	21
25	36	31	125	33	51	45	19	38	77	18	43	11
26	26	77	147	33	27	63	31	39	22	26	45	66
27	46	59	102	32	27	21	33	44	37	27	65	92

28	28	20	50	38	45	31	31	64	24	35	36	120
29	23		49	38	50	62	42	27	22	58	53	71
30	66		33	64	23	64	41	35	26	36	37	78
31	77		28		26		"	33		25		34
TOTAL	1573	1143	1720	1227	1328	1235	1156	1431	1080	1022	1197	1520

Tabla 133 Registro de Tickets año 2016. Fuente: Colector de Tickets.



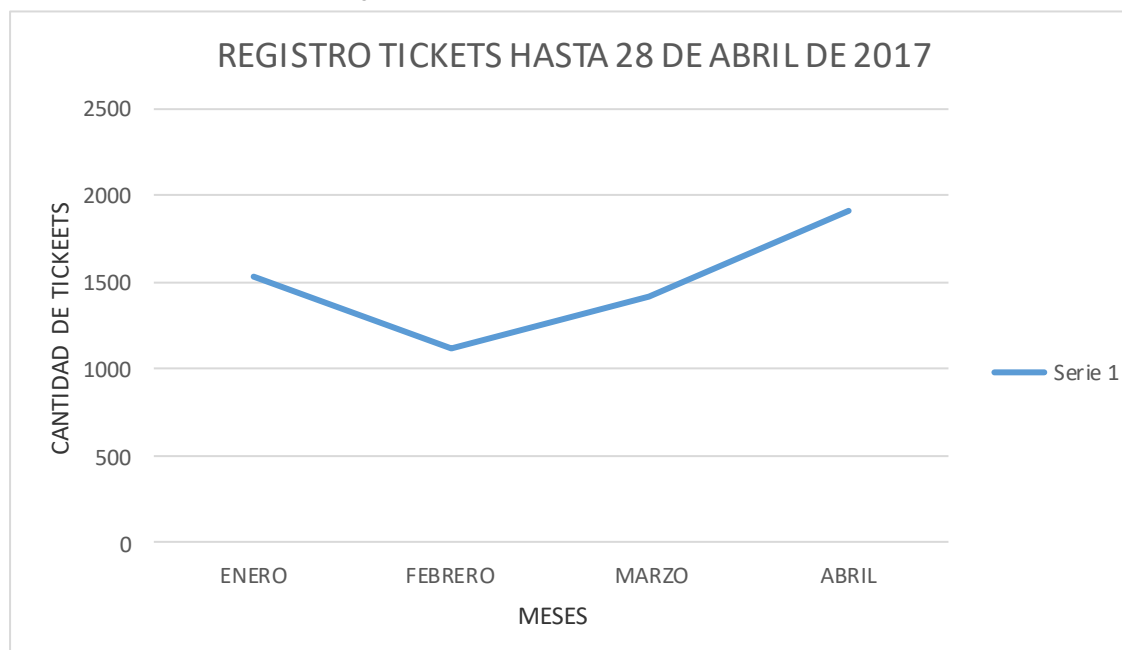
Grafica 1 Registro de Tickets emitidos en 2016

En el año 2016 los meses con mayor afluencia son los meses de Enero, Marzo, Agosto y Diciembre, cabe mencionar que estos son los autos que hicieron uso del parqueo de “El Malecón”. Esto se debe a los días de vacaciones contemplados en estos meses. Generando una cantidad máxima en el mes de Enero, con 1,573 autos registrados.

AÑO 2017				
DIA	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL
1	166	30	33	71
2	66	38	39	90
3	61	32	36	25
4	49	58	87	37
5	37	80	80	54
6	59	29	25	48
7	77	28	25	51
8	84	34	45	52
9	34	27	36	97
10	46	32	36	59
11	40	60	62	83

12	33	69	73	119
13	67	20	20	153
14	62	60	21	142
15	90	42	44	176
16	27	24	57	159
17	33	28	47	43
18	35	49	64	18
19	29	75	66	39
20	40	28	36	43
21	48	18	33	52
22	64	29	35	52
23	25	22	18	81
24	27	36	44	20
25	36	63	58	33
26	22	61	105	30
27	26	20	28	39
28	53	28	37	43
29	49		41	
30	29		39	
31	23		43	
TOTAL	1537	1120	1413	1909

Tabla 134 Registro de Tickets año 2017. Fuente: Colector de Tickets

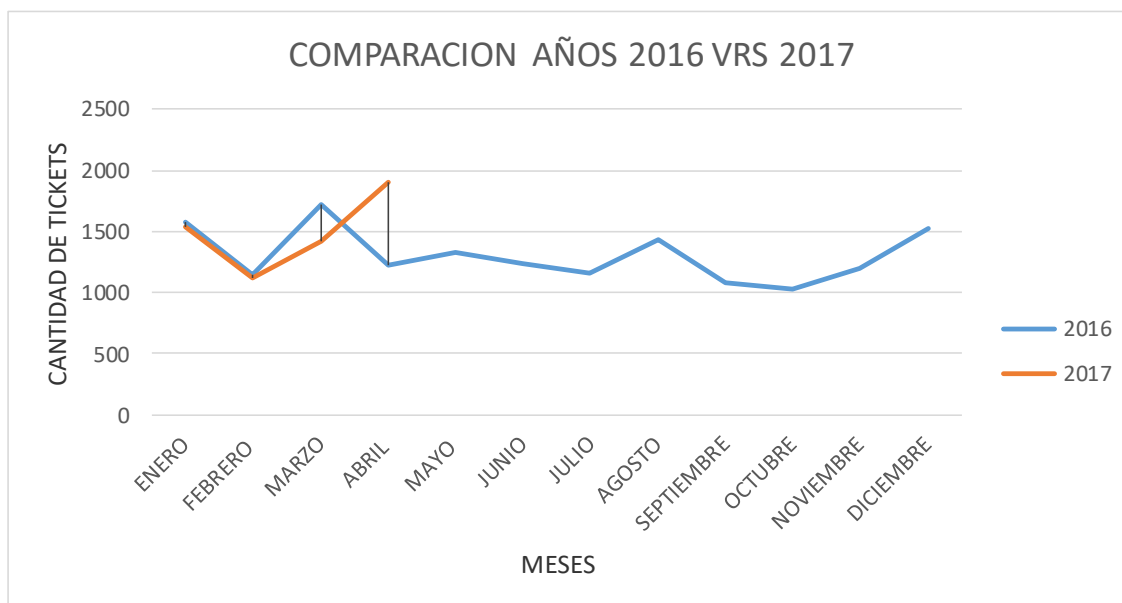


Grafica 2 Registro de Tickets año 2017. Fuente: Colector de Tickets

Para los primeros cuatro meses del 2017, los meses en los cuales se emitieron más tickets son Enero, Marzo y Abril. Se puede decir que se mantiene hasta este mes, los

meses que en el 2016 se registraron mayor cantidad de tickets para uso del parqueo de “El Malecón”.

b. Comparación del año 2016 vrs 2017.



Grafica 3 Comparación de registro de Tickets. Fuente. Elaboración Propia

Se puede apreciar que para el mes de Enero existe una ligera disminución en la emisión de tickets, y una disminución considerable para el mes de Marzo. Además en el mes de Febrero, pero se puede apreciar que para el mes de Abril la entrada de autos que entraron e hicieron uso del parqueo de “El Malecón”.

c. Tipos de automóviles que se estacionan en el parqueo

TIPO DE MICROBUSES EN PROMEDIO	VEHICULOS POR MES TEMPORADA	
	ALTA	BAJA
Microbuses (12 personas)	3	2
Microbuses (25 personas)	3	2

Tabla 135 Tipo de vehículos que se estacionan. Fuente: Elaboración propia

Nota: Se considera temporada alta los meses de Enero, Marzo, Agosto y Diciembre. Además la cantidad de autos restantes se establece que son comúnmente con capacidad de 4 personas.

Para calcular la afluencia de turistas en “El Malecón”, se multiplicara el tipo de auto con la capacidad de personas capaz de transportar, para ello se presenta la siguiente tabla:

MESES	TICKETS EMITIDOS	MICROBUS DE 12 PERSONAS	MICROBUS DE 25 PERSONAS	AUTOS DE 4 PERSONAS	AFLUENCIA DE TURISTAS
ENERO	1573	3	3	1567	6379
FEBRERO	1143	2	2	1139	4630
MARZO	1720	3	3	1714	6967
ABRIL	1227	2	2	1223	4966
MAYO	1328	2	2	1324	5370
JUNIO	1235	2	2	1231	4998
JULIO	1156	2	2	1152	4682
AGOSTO	1431	3	3	1425	5811
SEPTIEMBRE	1080	2	2	1076	4378
OCTUBRE	1022	2	2	1018	4146
NOVIEMBRE	1197	2	2	1193	4846
DICIEMBRE	1520	3	3	1514	6167
TOTAL DE TURISTAS EN 2016					63340

Tabla 136 Afluencia de Turistas en 2016. Fuente: Elaboración propia.

Para el Festival del Curil celebrado en Junio del año 2016, se tuvo una afluencia de turistas de 10,000, datos proporcionados por la alcaldía de Puerto El Triunfo. La cantidad de turistas en el 2016 fue de **73,340**. Estos son los turistas que llegan al “Malecón”, a continuación se presentan los turistas que han llegado hasta el 28 de Abril de 2017:

MESES	TICKETS EMITIDOS	MICROBÚS DE 12 PERSONAS	MICROBÚS DE 25 PERSONAS	AUTOS DE 4 PERSONAS	AFLUENCIA DE TURISTAS
ENERO	1537	3	3	1531	6235
FEBRERO	1120	2	2	1116	4538
MARZO	1413	3	3	1407	5739
ABRIL	1909	2	2	1905	7694
TOTAL					24206

Tabla 137 Afluencia de Turistas hasta Abril de 2017. Fuente: Elaboración propia.

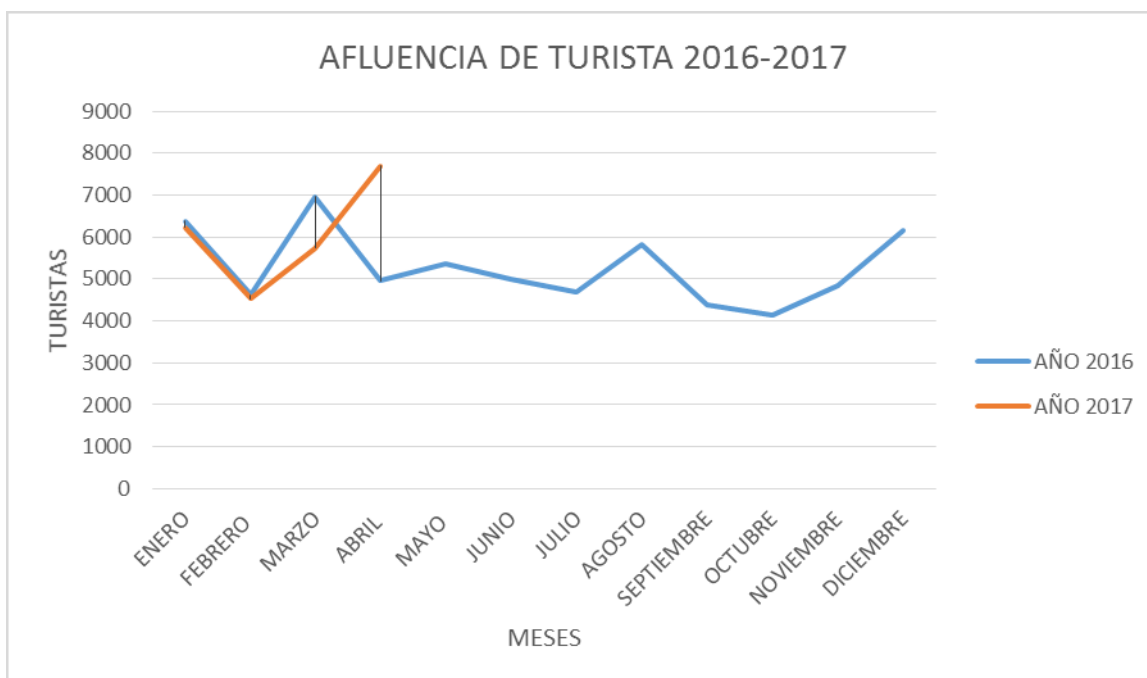


Grafico 1 Afluencia de Turistas 2016-2017.

La afluencia de turistas hasta Abril de 2017 es de 24,206. Lo que significa que hay un incremento con respecto al año 2016, ya que hasta el mes de Abril solamente se tenían 22,942 turistas.

d. Turistas que se embarcan

El día viernes 14 de Abril del 2017 se midió lo que es la salida de turistas o los que se embarcan, se obtuvieron los siguientes resultados:

NIÑOS	ADULTOS	TOTAL
334	55	389

Tabla 138 Turistas que se embarcaron el 14 de Abril. Fuente: Elaboración propia

El día 14 de Abril, se emitieron según los registros de tickets 142, además se observó que se estacionaron 3 microbuses de 12 personas, 2 microbuses de 25 personas y los demás vehículos de 4 personas, lo que equivale a 634 turistas en total.

De 634 turistas que llegaron al Malecón, 389 se embarcaron, es decir que el 61% de los turistas se embarcan. En la medición también se preguntó a los lancharos y turista el destino, para ello a continuación se presentan los resultados:

Destino	Cantidad de turistas	Porcentaje
Corral de Mulas II	229	59%
Punta San Juan	82	21%
Otros lugares (Restaurante El Delphi, tour de la tortuga)	78	20%

Tabla 139 Cálculo de lugares preferidos

Para calcular cuántos turistas se embarcan, se asumirá que el 61% lo hacen de manera constante para todos los meses, a continuación se presenta la cantidad de turistas que se embarcan:

AÑO MESES	2016		2017	
	Turistas que llegan "Malecón"	Turistas que se embarcan	Turistas que llegan "Malecón"	Turistas que se embarcan
ENERO	6379	3891	6235	3803
FEBRERO	4630	2824	4538	2768
MARZO	6967	4250	5739	3501
ABRIL	4966	3029	7694	4693
MAYO	5370	3276	--	--
JUNIO	4998	3049	--	--
JULIO	4682	2856	--	--
AGOSTO	5811	3545	--	--
SEPTIEMBRE	4378	2671	--	--
OCTUBRE	4146	2529	--	--
NOVIEMBRE	4846	2956	--	--
DICIEMBRE	6167	3762	--	--
TOTAL	63340	38637	24206	14766

Tabla 140 Turistas que se embarcan.

9. OBJETIVIDAD DE LA AFLUENCIA DE TURISTAS EN EL PUERTO EL TRIUNFO

En El Salvador el tipo de turismo que más se practica es del de Sol y Playa, ya que el país cuenta con hermosas playas las cuales los muy visitadas tanto por los turistas locales como extranjeros. Posteriormente se tiene el Turismo de Montaña, dentro del cual se encuentra inmerso el ecoturismo y en tercera posición el Turismo Religioso.

CORSATUR estimó que en las ocho rutas turísticas en El Salvador, los visitantes con fines turísticos ascienden a un total de 2.6 millones al tercer trimestre del 2015, los cuales se presentan a continuación:

	TOTAL VISITANTES	Porcentaje Visitantes
Ruta Sol y Playa	1,229,694	46.7%
Ruta El Boquerón	535,203	20.3%
Ruta de las Flores	413,446	15.7%
Ruta del Café	264,662	10.0%
Ruta Suchitoto	95,350	3.6%
Ruta de la Paz	63,748	2.4%
Ruta Beato Monseñor Romero	16,248	0.6%
Ruta Centro Histórico	15,988	0.6%

Tabla 141 Visitantes de las rutas turísticas. Fuente: CORSATUR

La ruta turística que más visitantes recibe es la Ruta de Sol y Playa, posteriormente se tiene la Ruta el Boquerón y en tercer lugar la Ruta de las Flores. Cabe mencionar que la ruta más antigua es la Ruta de las Flores, pero según información del MITUR el tipo de turismo que más prefieren los turistas es el turismo de sol y playa, es por ello que la ruta que más visitantes recibe es la Ruta de Sol y Playa, además el segundo tipo de turismo que prefieren los turistas es el turismo de montaña, este tipo de turismo es el que se da en la Ruta El Boquerón.

Según datos del MITUR, la Ruta Fresca recibió aproximadamente 100,000 turistas en el año 2016, donde en esta ruta los turistas disfrutan de la naturaleza y el clima de las alturas. La ruta más conocida por los turistas por ser una de las más antiguas es la Ruta de las Flores, la cual recibe al año 500,000 turistas.

El Boquerón en el mes de Abril del presente año recibió 18,000 turistas al mes y en los meses de Enero, Febrero y Marzo recibió un promedio mensual de 15,000 turistas.

En El Puerto de La Libertad en temporada alta recibe aproximadamente 116,000 turistas al mes, mientras que en temporada baja recibe 80,000 turistas, lo que significa que anualmente recibe 1, 068,000 turistas (116,000*3 meses y 80,000* 9 meses), datos que fueron proporcionados por el MITUR.

Suchitoto municipio del departamento de Cuscatlán, el cual es un destino turístico con mucha historia colonial, recibe al año 80,000 turistas y el municipio de Alegría, recibe anualmente 30,00 turistas, estos datos fueron proporcionados por el MITUR.

La Bahía de Jiquilisco, la cual está catalogada como zona RAMSAR, pertenece a dos rutas turísticas de El Salvador, las cuales son la Ruta de Sol y Playa ya que esta cuenta con hermosas playas, y también pertenece a la Ruta de las Mil Cumbres también llamado Circuito Bahía Sierra, ya que la Bahía de Jiquilisco es una reserva natural; con bosques con abundancia de aves y reptiles (como las masacuatras, boas, iguanas, tortugas y cocodrilos.), exóticos y manglares extensos; que lo convierten en uno de los ecosistemas más hermosos de El Salvador. Esta recibió por el Puerto El Triunfo, el puerto principal aproximadamente 63,340 turistas en el 2016.

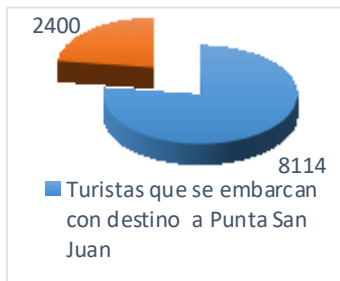
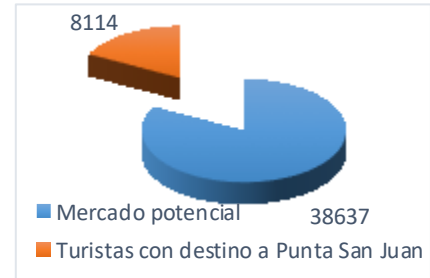
Los 63,340 turistas que recibió en el 2016, debido a que la Bahía de Jiquilisco pertenece a dos rutas turísticas de El Salvador, esta porción de turista que visitaron la Bahía forman parte de ambas rutas, es decir la Ruta de Sol y Playa y Ruta de las Mil Cumbres, ya que estas rutas además de la Bahía de Jiquilisco, la integran otros destinos turísticos. Se

puede afirmar la objetividad de los 63,340 turistas que fueron los que se calcularon que arribaron al Puerto El Triunfo.

10. PROYECCIONES DE DEMANDA

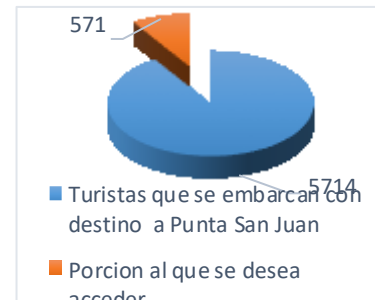
a. Demanda actual

La cantidad de turistas que visitaron el Malecón que es el puerto principal por donde llegan los turistas, en el 2016 fueron 63,340 turistas, de los cuales el 61% se embarcan, es decir 38,637 turistas. Se sabe que el 21% de los que se embarcan se dirigen a la Punta San Juan, lo que significa una cantidad de 8,114 turistas anual.

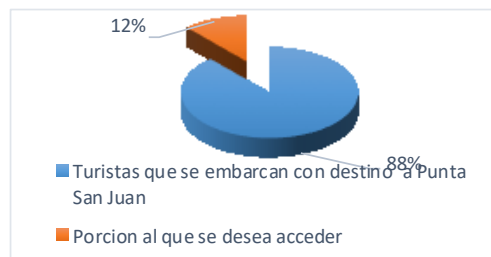


La demanda anual actual del Centro Ecoturístico Punta Real es de 2400 turistas, los cuales se toma como parte de los 8,114 turistas que ya se embarcan con destino a Punta San Juan. Es decir que 5,714 equivalen al 70%, del porcentaje mencionado se espera acceder al 10%, es decir 571 turistas.

El 79% de los turistas que se embarcan, realizan actividades de turismo en otras zonas de la Bahía de Jiquilisco, entre estos lugares tenemos isla La Pirraya, isla Madresal, entre otros. Es decir equivale a 30,523 turistas de los cuales el porcentaje a los que se desea tener acceso el 5%, que equivale a 1,526 turistas.



En total se desea acceder del total de turistas que se embarcan, la cantidad de **4,497** turistas anualmente (se sumaron los 2400, 1,526 y 571 turistas). Es decir que de los 38,637 turistas que se embarcan anualmente, el 12% es al que se desea acceder con las nuevas incorporaciones y mejoras.

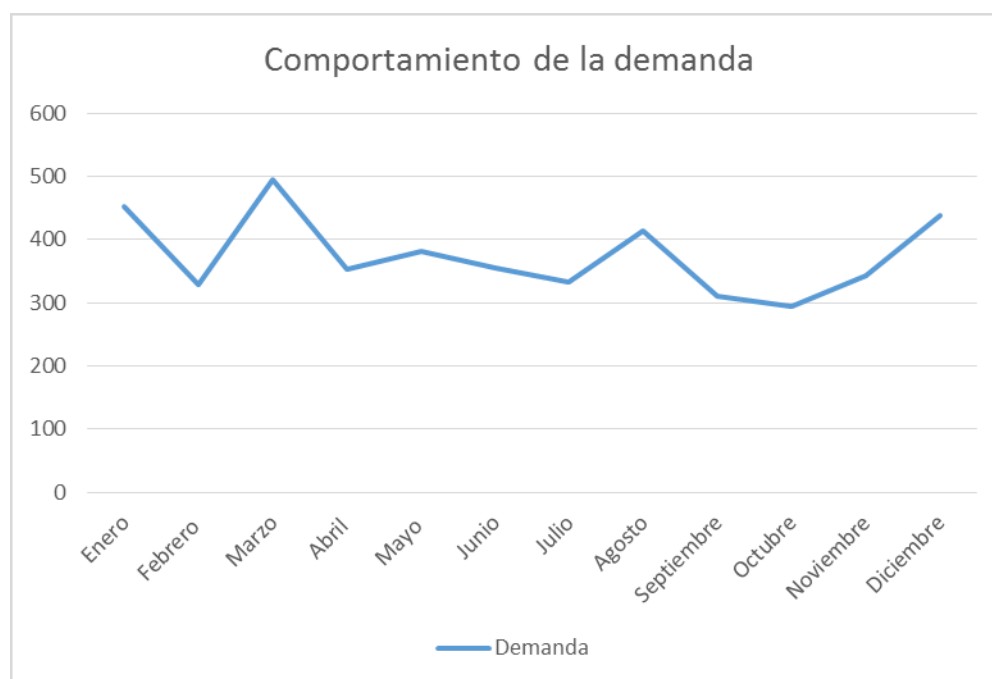


Para determinar la cantidad de turistas mensuales, se hizo uso de la siguiente tabla:

Mes	Afluencia de turistas al Malecón	Porcentaje	Turistas mensuales
Enero	6379	10.07%	453
Febrero	4630	7.31%	329
Marzo	6967	11.00%	495
Abril	4966	7.84%	353
Mayo	5370	8.48%	381
Junio	4998	7.89%	355
Julio	4682	7.39%	332
Agosto	5811	9.17%	413
Septiembre	4378	6.91%	311
Octubre	4146	6.55%	294
Noviembre	4846	7.65%	344
Diciembre	6167	9.74%	438
Total	63340	100%	4497

Tabla 142 Demanda Mensual

En la tabla anterior se puede observar la estacionalidad de la demanda, donde se hizo uso de la afluencia de turistas al Malecón y de esta manera poder determinar un aproximado el comportamiento de la demanda mes a mes.



Grafica 4 Comportamiento de la Demanda

Se puede observar en el grafico anterior que los meses con más demanda de turistas son Enero, Marzo, Agosto y Diciembre, ya que estos meses poseen vacaciones, es por ello que en estos meses la demanda tiene altos.

b. Crecimiento del sector turismo

Basándose en las tendencias actuales, en las previsiones del Grupo de Expertos de la OMT y en las perspectivas económicas globales, la Organización estima que las llegadas de turistas internacionales en las Américas entre un 4% a 5%, para el presente año, es por ello que se utilizara una tasa de crecimiento de 4.5%, la cual se asumirá que se mantendrá constante en los próximos 5 años.

c. Proyección de la demanda

A continuación se presentan las proyecciones del mercado para los siguientes 5 años, cabe mencionar que se espera que el turismo crezca de manera constante un 4.5%.

Mes	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	453	473	495	517	540	564
Febrero	329	344	359	375	392	410
Marzo	495	517	540	564	590	616
Abril	353	368	385	402	420	439
Mayo	381	398	416	435	455	475
Junio	355	371	388	405	423	442
Julio	332	347	363	379	396	414
Agosto	413	431	451	471	492	514
Septiembre	311	325	339	355	371	387
Octubre	294	308	321	336	351	367
Noviembre	344	360	376	393	410	429
Diciembre	438	458	478	500	522	546
Total	4497	4699	4911	5132	5363	5604

Tabla 143 Proyecciones de la demanda 5 años

11. PERFIL DEL CONSUMIDOR

Conocer el perfil del turista es de utilidad porque brinda elementos para la mejor planeación y desarrollo de productos y servicios especializados para atender las necesidades de la población visitante. Mientras tanto, el conocimiento de la experiencia de viaje permite diseñar adecuaciones encaminadas a mejorar la vivencia en el destino.

La información que arroja este estudio servirá para formular estrategias de comercialización, desarrollar de productos adecuados a los hábitos de viaje, conocer los índices de satisfacción del cliente que aportan información para mejorar la calidad de los servicios ,así como la percepción de los turistas.

En base a los resultados de la encuesta y el estudio de la competencia se determinó los gustos y preferencias de los turistas cuando visitan los destinos turísticos, en los cuales se presenta a continuación el perfil del consumidor tanto para familia como para jóvenes.

a. Perfil del consumidor para familias

Características demográficas	• Mujer u hombre con edad entre los 20 a 46 años, jefe de familia.
Tipo de turismo que prefiere	• Turismo de sol y playa y ecoturismo.
Actividades que prefiere	• Senderismo, gastronomía, visita a playas, visita a balnearios, observación de flora y fauna.
Necesidades	• Seguridad, aseo y limpieza, precios accesibles y gastronomía.
Elementos importantes que motivan a elegir un destino turístico	• Seguridad de la zona, precios accesibles de la zona.
Medios por los que se informa sobre los destinos turísticos	• Redes sociales, recomendación de conocidos, páginas web.
Rango de ingresos	• Rango de ingresos entre los \$350 a \$900.
Servicios que les gustaría encontrar en un lugar de Sol Playa y Ecoturismo	• Platos a base de coco, menús para niños, estación de raspados, estación de bocadillos y bebidas, área de spa, avistamiento de tortugas, área de juegos para niños, cenas románticas, senderismo, tienda de artesanías entre otras

Ilustración 128 Perfil de Consumidor para Familia

b. Perfil del consumidor para jóvenes

Características demográficas	•Mujer u hombre con edades entre los 24 a 30 años, estado civil soltero.
Tipo de turismo que prefiere	•Turismo de playa y turismo de aventura
Actividades que prefiere	•Senderismo, gastronomía, visita a playas, visita a lagos, visita a balnearios, observación de flora y fauna
Necesidades	•Aseo y limpieza, precios accesibles, seguridad, servicios básicos
Elementos importantes que motivan a elegir un destino turístico	•La seguridad de la zona, los precios accesibles de la zona, el tipo de turismo que oferta el lugar
Medios por los que se informa sobre los destinos turísticos	•Redes sociales, recomendaciones de conocidos y páginas web.
Servicios que les gustaría encontrar en un lugar de Sol Playa y Ecoturismo	•Área de bar, comida y bebidas a base de coco, senderismo, caminatas nocturnas, actividades acuáticas, área de camping, cancha de fútbol, alquiler de bicicletas entre otras.

Ilustración 129 Perfil del Consumidor Joven

C. MERCADO DE APOYO Y SOPORTE

En el mercado de apoyo y soporte se presentan aquellas instituciones ya sean de Gobierno o de Cooperación que podrían brindar soporte técnico, así como económico, posteriormente también se aborda medios para abastecer los materiales e insumos necesarios para la prestación de servicios.

Comenzaremos definiendo unos términos importantes en este mercado:

- **Abastecimiento**

El proceso de abastecimiento comprende actividades que permiten identificar y adquirir los bienes y servicios que la compañía requiere para su operación, ya sea de fuentes internas o externas, se encarga de todo lo que requiere la empresa para su operación, así como de facilitar los medios necesarios para conseguirlo.

	Bienes Directos	Bienes Indirectos
Término	Vertical	Horizontal
Definición	Las materias primas, componentes necesarios para llevar a cabo la actividad principal de la empresa.	Aquellos que no se transforman o son ingredientes necesarios para la elaboración de platillos y que se utilizan para mantener la empresa en funcionamiento.
Dependen	Cada sector industrial.	Independientemente del sector en que se encuentra.

Tabla 144 Terminología de Bienes Directos e Indirectos

- **Insumo**

Un insumo es cualquier elemento que represente una fracción en la elaboración de un producto y se puede utilizarse como factor de producción en el caso del turismo son aquellos elementos que forman parte del servicio por ejemplo de restaurante que se ofrece a los turistas.

A continuación se presenta un esquema donde se detalla las instituciones de apoyo y la forma de abordaje del mercado de aprovisionamiento:

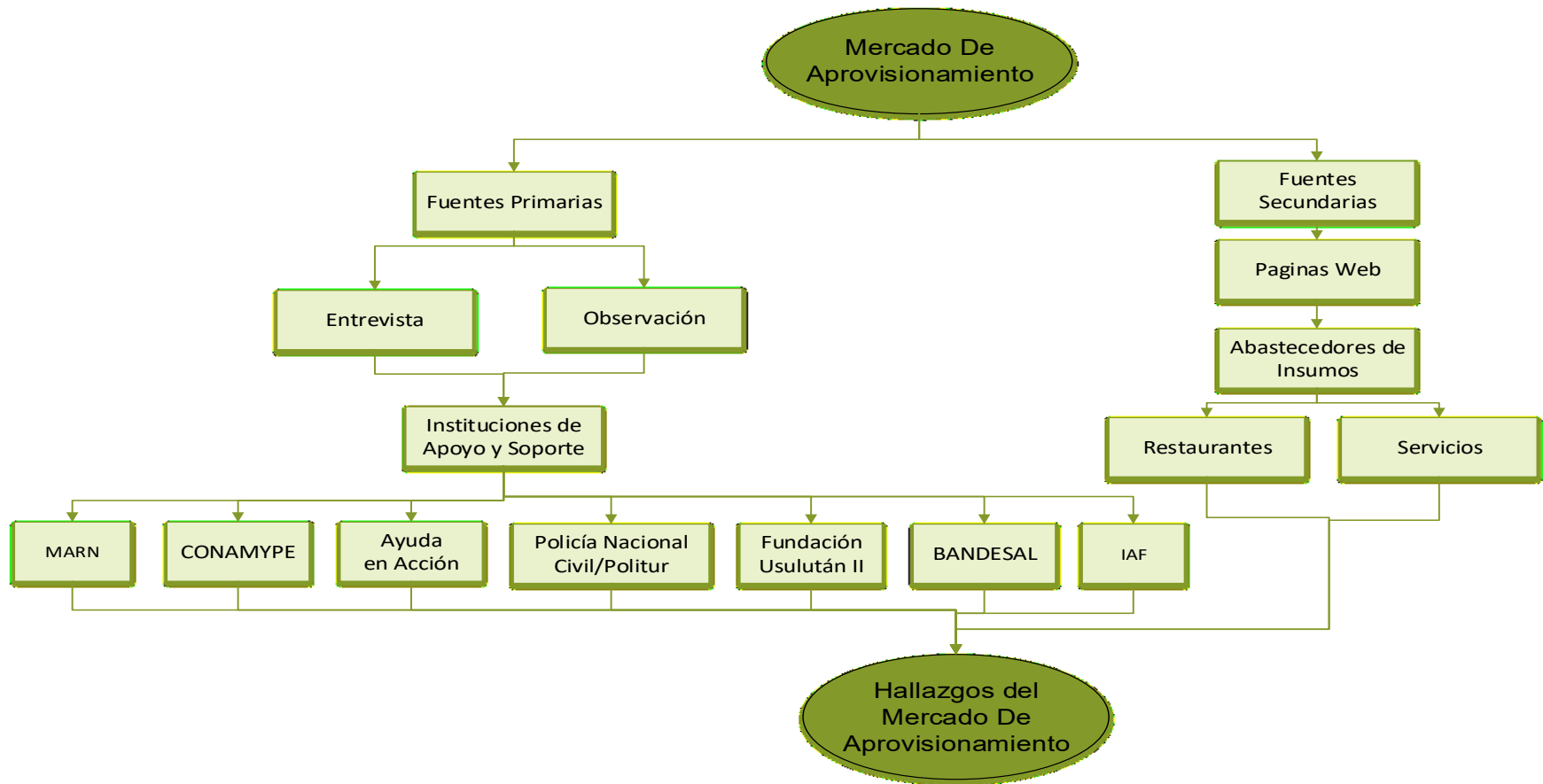


Diagrama 12 Mercado de aprovisionamiento

- **Mercado de Apoyo y Soporte**

Para realizar la investigación de este mercado se hizo uso de técnicas como Entrevista no estructurada realizada a entidades de Gobierno e Instituciones de Apoyo, asimismo se recolecto información de carácter secundario correspondiente a algunas páginas webs oficiales (ver Anexo 16: Fichas técnicas).

Asimismo determinar el mercado de aprovisionamiento o conocido como mercado abastecedor en este proyecto se debe tener en cuenta que se deben considerar no solo abastecimiento de materiales e insumos, sino que se debe considerar aquellas instituciones y entidades que pueden prestar ayuda a que el desarrollo turístico se logre entre ellos está el brindar capacitaciones, capacitaciones de seguridad turística, ayudas de carácter público y privado para la captación de ayudas económicas.

De igual forma se considerará parte del mercado abastecedor a los establecimientos que servirán de fuente de abastecimiento de los productos utilizados para brindar el servicio de restaurantes y hospedaje entre otras actividades que se desarrollaran como es la prestación de deportes acuáticos, servicios de spa, entre otros; asimismo el abastecimiento de destructibles, mobiliarios y equipos necesarios para que se dé el desarrollo turístico.

Tomando en cuenta que los servicios de transporte y el abastecimiento de seguridad pública en general no se tomara en cuenta en el abastecimiento estos serán tomados en cuenta como parte de los programas propuestos en la etapa de Diseño ya que estos no dependen únicamente de la Cooperativa que está trabajando por desarrollar la Punta San Juan del Gozo.

A continuación se presenta la información correspondiente a las entidades de apoyo no solo técnico u económico sino también de aprovisionamiento de materiales e insumos para la prestación de servicios:

- Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN)
- Comisión Nacional de la Micro y Mediana Empresa (CONAMYPE)
- Ayuda en Acción
- Fundación Usulután II
- Policía Nacional Civil - POLITUR
- Banco de Desarrollo de El Salvador (BANDESAL)
- Fundación Interamericana (IAF)
- Entre otros.

En el caso del aprovisionamiento de materiales e insumos solo se realizó el levantamiento de información de algún lugares donde se puede aprovisionar pero esto segundo es más complicado porque la cantidad de ofertantes es incontable comenzando desde los vendedores informales muchas veces hasta los vendedores o empresas que se dedican a la comercialización de los mismo como el caso de la Despensa Familiar, Despensa de Don Juan, Súper Selectos y Súper Tienda Galo.

1. MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y RECURSOS NATURALES (MARN)

El Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales de El Salvador (MARN) es la entidad gubernamental encargada de la gestión ambiental de este país. El organismo tiene como misión revertir la degradación ambiental y la reducción de riesgos socio ambiental. Asimismo, es el encargado de realizar la política nacional del medio ambiente.

Misión

Recuperar el entorno estratégico ambiental salvadoreño y reducir los riesgos socio ambientales, a través de promover una vigorosa cultura ciudadana y coordinación interinstitucional bajo principios institucionales.

Visión

El MARN cumple su mandato como rector que lidera una gestión ambiental pública enérgica, articulada, incluyente, responsable y transparente.

a. Servicios que brinda el MARN

Las intervenciones del MARN se circunscriben a temas de:

- Información ambiental,
- Evaluación y cumplimiento ambiental,
- Zonificación ambiental y directrices de actuación en territorios,
- Estrategias sectoriales de adaptación al cambio climático,
- Estrategias de mitigación para reducir los impactos del cambio climático en los recursos naturales y sectores agrícolas específicos,
- Financiamientos de adaptación al cambio climático,
- Instrumentos para la gestión integrada del recurso hídrico y para la gestión integral del saneamiento ambiental,
- Sistema Nacional de Medio Ambiente (SINAMA) y
- Sistema Integrado de Áreas Protegidas Terrestres y Acuáticas.

b. Áreas naturales Protegidas

El Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN) impulsa la integración plena de las Áreas Protegidas en los esquemas de gestión local y regional, evitando una gestión aislada y particular, promoviendo la valorización social de los ecosistemas en los territorios, a fin de internalizar los beneficios derivados de los servicios eco sistémicos y que se reconozca la contribución a la calidad de vida de las comunidades locales y la sociedad salvadoreña.

En la actualidad se promueven acciones de protección de las zonas más amenazadas y de gran valor ecológico, se implementa un plan de restauración en zonas de influencia de áreas protegidas y ecosistemas relevantes, a través del establecimiento de Corredores Ecológicos que restablezcan la conectividad y garanticen la estabilidad ecológica de los ecosistemas, así como, permitan la adaptación al cambio climático.

También se impulsa el desarrollo e implementación de nuevos modelos para la gestión de las Áreas Naturales Protegidas, que permitan lograr un balance adecuado entre la conservación y el uso sostenible de los activos naturales, de forma que esos activos se conviertan en elementos claves del desarrollo local y regional. Todo, bajo un esquema de gobernanza ambiental e integración de los actores locales, que implique el fortalecimiento de la ciudadanía sustantiva y activa y el fortalecimiento de la gestión pública.

Bajo nuestra legislación, las Áreas Naturales Protegidas son las zonas del territorio nacional de propiedad del Estado, del Municipio, de entes autónomos o privados y de personas naturales; legalmente establecidas con el objeto de posibilitar la conservación, el manejo sostenible y restauración de la flora y fauna silvestre, recursos conexos y sus interacciones naturales y culturales, que tengan una alta significación por su función o por sus valores genéticos, históricos, escénicos, recreativos, arqueológicos y protectores, de tal manera que preserve el estado natural de las comunidades bióticas y los fenómenos geomorfológicos únicos.

c. Planes de Manejo

Los Planes de Manejo son documentos técnicos aprobados por el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales, para el manejo de las Áreas naturales protegidas que debe contener objetivos, normativa de uso, programas, gestiones administrativas, financieras y evaluación del manejo. Este instrumento, en cuya formación participan los sectores de la sociedad relacionadas con la Áreas, es el que define la categoría de manejo de las mismas.

El Plan de Manejo es un documento conceptual y dinámico de planificación, que establece las pautas para el manejo y desarrollo general de una unidad de conservación. Incluye entre otros contenidos, un mapa base (descripción espacio temporal de los recursos ambientales, el uso actual y potencial de los mismos y sus relaciones con los alrededores), las necesidades humanas que debería satisfacer, una zonificación y un plan general conceptual de acción, guía de preparación de planes o programas de manejo para cada uso.

d. Plan de manejo del área natural y humedal de la Bahía de Jiquilisco Normativa de Manejo

Zonas Intangibles

- Sólo se permiten actividades de investigación, vigilancia y monitoreo
- No se permite el acceso de personas ni animales
- No se permite la navegación de ningún tipo.
- No se permite la caza ni comercialización de ninguna especie, así como de sus productos o subproductos.
- No se permite la construcción de ningún tipo de infraestructura.

Zona de Uso Extensivo

- No se permite la navegación de embarcaciones con motor de explosión en los cañones de San José y El Tambor.
- Se permite el ecoturismo, acompañado y guiado por guarda recursos o guías especializados, de bajo impacto y la navegación silenciosa para no perturbar el hábitat de las especies que allí viven.
- Se mantienen los cañones de San José y El Tambor como viveros naturales de peces y de marisco
- Se prohíbe y controlara la depredación de especies de vida silvestre y la caza del cocodrilo.
- Se permite la investigación científica.
- No se permite la extracción de madera de cualquier especie con fines comerciales.
- No se permiten las actividades agropecuarias
- Se permite la restauración y reforestación con especies vegetales de origen silvestre propias de la zona.

Zona de Recuperación y Conservación

- Se permite la restauración ecológica y la reforestación contemplada dentro de un plan de manejo de la Zona Forestal.
- Se permiten actividades eco turísticas de bajo impacto mediante acceso por senderos planificados y guiados bajo la supervisión de guías locales y guarda recursos.
- No se permiten actividades agropecuarias.

Zona de Bosque de Uso Sostenible

- Se permiten actuaciones orientadas a la conservación y recuperación mediante restauración ecológica y reforestación en el bosque costero.
- No se permiten actividades agrícolas.
- Se permite el pastoreo de ganado de forma controlada.
- Se permite la extracción mínima de leña y madera para autoconsumo.

Zona de Manejo Especial de Manqlar

- Se destinan áreas específicas como viveros de común acuerdo entre los grupos de pescadores y las autoridades de CENDEPESCA y ésta establecerá las especies y los periodos en los que estará vedada su captura.
- Se permite la pesca artesanal de acuerdo a los sistemas y artes de pesca permitidos por CENDEPESCA.
- Se prohíben las actividades de pesca de alto impacto mediante el uso de explosivos (bombas).
- Se permite un turismo de mediano y bajo impacto mediante la navegación por rutas planificadas y guiadas por guarda recursos o guías locales.
- Se permite la extracción de leñas y madera para uso doméstico, en ningún caso como aprovechamiento comercial.

Zona de Manejo de Manglar

- Se permiten las actividades turísticas de bajo y mediano impacto y la navegación por los esteros, cañones y ríos con velocidad limitada para evitar ruidos excesivos y los efectos erosivos de las olas creadas por el paso de las embarcaciones.
- Se permiten obras de infraestructura horizontal turística, recreativa de investigación científica y vigilancia y control de bajo impacto visual y ambiental en consonancia con las directrices generales identificadas anteriormente.
- La construcción de cualquier otro tipo de infraestructura como muelles, atracaderos, malecones y similares se regulará de acuerdo las directrices generales.
- Se permite la extracción de leñas y madera para autoconsumo familiar con el permiso correspondiente en el caso de madera, no permitiéndose el aprovechamiento comercial de las especies de mangle.
- Se determinará junto con CENDEPESCA las áreas para el establecimiento de viveros de peces y moluscos cuando se haya demostrado su factibilidad.
- No se permitirá el establecimiento de nuevos sistemas de producción acuática (salineras y camarónicas) ni se darán nuevos permisos para estas actividades.
- No se permite la tala de manglar para la ampliación de sistemas productivos de cualquier tipo.

Zona de Uso Sostenible

- No se permitirá la construcción de obras de infraestructura.
- Se permitirá la pesca artesanal de acuerdo con los aparejos y artes de pesca permitidos por CENDEPESCA para un uso sostenido de los recursos pesqueros.
- Se permitirá un turismo de bajo impacto.
- Se permiten las actividades científicas y de investigación.

Zona de Uso Especial

- Se permiten actividades de pesca, agricultura y ganadería que generen un mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales
- Se permiten las obras de infraestructura habitacional permanente de una altura no superior a dos niveles utilizando un tipo de construcción integrada con el paisaje que cause el mínimo impacto en el área.
- Se permite un turismo de mediano y bajo impacto para los ecosistemas y las especies que se encuentran en la zona. Se regulará la visitación a las áreas de ovoposición de las tortugas de forma que se las perturbe de la mínima forma.
- Se permiten obras de infraestructura turística que cumpla con las directrices generales de obras de infraestructura, evitando impactos negativos en los ecosistemas e integradas en el paisaje.
- Los sistemas de iluminación de las infraestructuras cumplirán la normativa conocida internacionalmente para no causar molestias a las tortugas cuando realizan la puesta (v.g. Understanding, Assessing, and Resolving Light-Pollution Problems on Sea Turtle Nesting Beaches)
- En las áreas de urbanización se respetarán vías de paso transversales que permitan el acceso a las áreas de playa debiendo estar espaciados a una distancia no menor a los 50mts.

Zona Marino Costera

- No se permite la pesca arrastrera en la franja incluida desde la línea litoral hasta la línea marina situada a una distancia que mantenga una profundidad de seis metros medidos durante la más baja de las mareas y en las zonas de protección establecidas en las bocanas por la ley. En esa franja se permitirá la pesca artesanal.
- No se permite el derrame y depósito de desechos contaminantes
- Se permite la actividad turística de impacto medio
- No se permite la creación de ningún tipo de infraestructura permanente
- Se permite la pesca artesanal y deportiva.
- Se permite la actividad científica y de investigación.

Conservación de tortugas marinas

Existen instituciones encargadas de la protección y conservación de tortugas marinas, así como la tortuga carey, la cual se encuentra en peligro de extinción. La bahía de Jiquilisco gracias a la riqueza natural que posee, se pueden encontrar la tortuga carey, ya que esta desova en las playas vírgenes que se encuentran en la Bahía de Jiquilisco. A continuación se presentan algunas instituciones encargadas de la conservación y monitoreo de tortugas en la zona.

ICAPO



INICIATIVA CAREY DEL PACÍFICO ORIENTAL
EASTERN PACIFIC HAWKSBILL INITIATIVE

ICAPO colabora en proyectos de investigación y conservación de tortuga carey en nueve países a lo largo de la costa Pacífico Oriental.

Programas implementados

A partir del 2008, ICAPO, con el apoyo de la NOAA y otros socios claves, ha equipado individuos de tortuga carey con marcas satelitales en todo el Pacífico Oriental. Los transmisores envían señales a los satélites en órbita, que transmiten la ubicación a los investigadores. Utilizamos ésta información para estudiar el uso de hábitat y continuar con el proceso de formular estrategias de gestión y conservación eficaces:

Uso y necesidades de recursos.

Rutas de migración.

Extensión de los espacios vitales (área ocupada).

Comportamiento de buceo.

Diseño de áreas protegidas.

Conservación en Playas de Anidación

- Maximizar el número de huevos que resultan crías de tortuga para aumentar la población de tortuga carey en general.

- Proteger los nidos de tortuga carey del saqueo y otros elementos (animales, eventos climáticos).
- Recopilar datos sobre la anidación de tortugas hembras (marcaje de aletas, medición y más), las crías y rendimiento del nido para un mejor entendimiento de la biología y la historia natural de la tortuga carey. Todo esto incorporando la contratación de la gente local como personal.

Monitoreo en agua

Comprender mejor la biología y la historia natural de la tortuga carey:

- Uso constante de redes agalleras (de enmalle), capturas a mano o conteos visuales para entender a la tortuga carey en el ambiente marino (hábitats de forrajeo).
- Obtener conocimiento sobre los tiempos de residencia, tasas de crecimiento y necesidades dietéticas de la tortuga carey, así como el nexo entre las áreas de anidación y forrajeo

Investigación/Reducción de Pesca Incidental

(Captura accidental por la pesca industrial y artesanal) Aprender la dinámica de la pesca y sus tendencias:

- Trabajar con pescadores para cuantificar la captura incidental de tortuga carey en la pesca industrial y artesanal a través de observaciones a bordo de barcos o datos recogidos en los puertos pesqueros.
- Evaluar la captura incidental de otras especies y buscar equipos de pesca alternativos y sostenibles.

Investigaciones Exploratorias de Hábitat

Identificar nuevos e importantes hábitats para la tortuga carey:

- Visitar comunidades costeras y puertos pesqueros para realizar entrevistas con la gente local y recoger información sobre los sitios potencialmente importantes para la tortuga carey
- Realizar monitoreos oportunistas en agua y playa para identificar áreas de anidación y alimentación importantes.

Investigación en Ciencias Sociales

Llevar a cabo estudios locales e internacionales:

- Desarrollar la gestión de conflictos ambientales, política de conservación y gestión de los recursos basados en la comunidad.
- Estudiar las interacciones de los usuarios primarios de los recursos de la tortuga carey y su hábitat.

Ecoturismo

Facilitar el turismo en las áreas de conservación:

- Proporcionar fuentes alternativas de ingresos para los miembros de la comunidad mediante el aumento de visitas y proporcionando hospedaje y alimentación a los turistas y representantes de viajes.
- Incrementar el turismo para reducir la extracción y/o uso insostenible de los recursos naturales, incluyendo a las tortugas y sus hábitats.

Manejo de Áreas Protegidas

Mejorar y/o restaurar hábitats marinos de tortugas:

- Trabajar directamente con instituciones de gobierno, organizaciones sin fines de lucro y/o miembros de la comunidad para mejorar la gestión y el desempeño de las áreas protegidas, incluyendo parques, refugios, santuarios y reservas.
- Trabajar directamente con los actores locales para mejorar/restaurar el hábitat.

Educación y Extensión

Actividades específicas a:

- Aumentar conciencia.
- Proporcionar educación sobre la tortuga carey, océanos y la gestión ambiental en general.

Política de Defensa

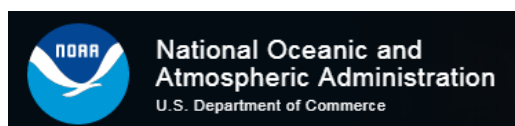
Cambiar las leyes y políticas:

- Proporcionar mayores beneficios a las tortugas marinas.
- Promover los hábitats naturales de los cuales las tortugas marinas depende.

TORTUGAS MONITOREADAS

ELISA	BAHIA JIQUILISCO, EL SALVADOR	ADULTA	2012-07-18
AZULITA	Bahía Jiquilisco, El Salvador	Adulta	2012-07-18
MANGLITA	Bahía Jiquilisco, El Salvador	Adulta	2012-07-18
PAJARITA	Isla Pajarito, Bahía de Jiquilisco, Usulután, El Salvador	Adulta	2008-07-11
ISABELA	Las Isletas, Bahía de Jiquilisco, Usulután, El Salvador	Adulta	2008-07-10
ATACO	Las Isletas, Bahía de Jiquilisco, Usulután, El Salvador	Adulta	2008-07-10
EMY	El Maculis, La Unión, El Salvador	Adulta	2009-07-15

NOAA



La Administración Nacional Oceánica y Atmosférica (National Oceanic and Atmospheric Administration, NOAA) es una agencia científica del Departamento de Comercio de los Estados Unidos cuyas actividades se centran en las condiciones de los océanos y la atmósfera. NOAA avisa del tiempo meteorológico, prepara cartas de mares y de cielos,

guía sobre el uso y la protección de los recursos oceánicos y costeros, y conduce estudios para mejorar el entendimiento y la administración del ambiente.

ICAMARE



El Instituto de ciencias del Mar y Limnología de la Universidad de El Salvador (ICMARES) es una entidad académica y científica con carácter multidisciplinario, adscrita a la Facultad de Ciencias Naturales y Matemática, con sede administrativa en el campo central de la UES. Pretende instalar en el interior del país estaciones marinas y laboratorios especializados para cumplir sus fines y objetivos. Está estructurado en cinco áreas de desarrollo: Ecología marina, Pesquerías, Oceanografía, Acuicultura y Manejo Integrado Costero. El ICMARES interviene las áreas costeras que el estado salvadoreño ha declarado prioritarias para la conservación y territorios de progreso, orientado a los usuarios directos de la pesca artesanal y de la Acuicultura, al sector del comercio y turismo local, y al resto de la población que vive en los municipios costeros, con el fin de contribuir con el manejo integrado de los ecosistemas costeros y marinos.

Áreas donde interviene ICMARES

Oceanografía Estudia el comportamiento espacio temporal de los procesos oceánicos y su interacción con la atmósfera.

Ecología Realiza inventarios y monitoreo de la biodiversidad costera y marina con el fin de determinar la distribución y abundancia de especies en función de los factores ambientales e impactos humanos

Pesquería Asesora a las entidades del estado relacionadas con la gestión sostenible de los recursos pesqueros, innova y transfiere tecnología dirigida a pescadores artesanales, cooperativas y sector industrial.

Acuicultura Innova y adapta tecnología en acuicultura marina, orientada a la investigación del cultivo de especies nativas de importancia comercial, transfiere tecnología a cooperativas y acuicultores individuales.

FUNZEL

Es una organización sin fines de lucro cuya misión es promover la protección y conservación de la fauna silvestre de El Salvador



En los últimos 20 años, FUNZEL se ha especializado en la ejecución de programas y proyectos de conservación de vida silvestre y sus ecosistemas, enfocando esfuerzos en los recursos costero marino del país, especialmente orientados a la conservación de las 4 especies de tortugas marinas que anidan en las costas salvadoreñas Carey (Eretmochelys

imbricata), Golfina (*Lepidochelys olivacea*), Baula (*Dermochelys coriacea*) y Prieta (*Chelonia mydas*)

2012. Reconocimiento a FUNZEL por su contribución al turismo y la conservación de recursos naturales. Ministerio de Turismo de El Salvador.

FIAES



Desde 1993, el Fondo de la Iniciativa para las Américas (FIAES) apoya la conservación de ecosistemas como bosques, humedales, áreas costeras, cuencas y agro ecosistemas, que son fundamentales para el desarrollo humano por todos los servicios ambientales y funciones ecológicas que realizan como producción de agua, alimento, regulación del clima, captura de CO₂, mitigación del cambio climático, entre los más importantes.

El impacto que ha tenido a lo largo de estos años ha sido posibles gracias al trabajo junto socios locales y en alianza con organizaciones nacionales e internacionales, entre éstas entidades de gobierno, cooperantes y sector privado.

2. LA COMISIÓN NACIONAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA (CONAMYPE)

Es una institución gubernamental que tiene como finalidad el desarrollo del micro y la pequeña empresa, segmento generador de empleos e ingresos que contribuye al progreso económico y social del país.

Misión

“Fomentar, proteger y desarrollar micro y pequeñas empresas, fortaleciendo tanto su capacidad transformadora como su excelencia, para que se integren e incidan en el desarrollo económico nacional y territorial, de forma inclusiva, sostenible y justa”.

Visión

“Ser la entidad estatal dinamizadora, moderna, coordinadora, facilitadora de la transformación, innovación y articulación de las micro y pequeñas empresas; con capacidad de posicionarlas con un peso relevante en una economía inclusiva nacional y mundial”.

- **Segmentos de la Economía nacional a los que apoya CONAMYPE**

La institución trabaja por desarrollar a los segmentos: cuenta propia, micro y pequeña empresa con estrategias diferenciadas que respondan a las características, condiciones y realidades de cada segmento.

e. Servicios que presta CONAMYPE

CONAMYPE no es una institución que dé financiamiento a micro o pequeñas empresas. Sus servicios están relacionados a mejorar el desempeño de las empresas mediante apoyo técnico y la generación de un entorno favorable; como los que se muestran a continuación:

- Asistencia técnica individual, grupal y asociativa en áreas de administración, producción y comercialización.
- Asesoría para la conformación de grupos asociativos y proyectos asociativos.
- Capacitación en temas de producción, administración y mercadeo.
- Información sobre los servicios financieros que proporcionan los operadores de la industria de Micro finanzas en el país.
- Asesoría y facilitación para los diferentes trámites empresariales, que son necesarios para la formalización.
- Capacitaciones en línea, mediante cursos e- learning en temas relacionados a cómo iniciar un negocio y cómo administrar una empresa.
- Información y asesoría a las micro y pequeñas empresas de los 262 municipios que deseen participar del Programa de Dotación de Paquetes Escolares.
- Vinculaciones comerciales.
- Se facilita a las MYPE su participación en ferias y enlaces comerciales que se desarrollan en las localidades, para promover y comercializar sus productos y propiciar negocios entre empresas de diferentes tamaños.

f. Guía de Servicios CONAMYPE

CONAMYPE brinda asistencia principalmente en las siguientes áreas:

- Capacitación
- Asistencia Técnica
- Biblioteca Física y Virtual
- Asesoría en Tramites Empresariales
- Tramites Para la Formalización

Cualquier persona que tenga un negocio o desee iniciar uno, puede solicitar el apoyo de CONAMYPE. No es necesario que su negocio cuente con los registros de empresa.

Nombre del Servicio:	Capacitación
Descripción	Jornadas de formación grupal, dirigida a varias empresas o personas emprendedoras. Las capacitaciones se refieren a cómo iniciar o administrar una empresa. Se debe consultar a la persona responsable sobre las temáticas disponibles.

Requisitos para obtener el servicio	Pueden solicitar a este servicio quienes: <ul style="list-style-type: none"> • Sean trabajadores/as por cuenta propia • Tengan una micro o pequeña empresa • Deseen iniciar un negocio
Horario de atención	Lunes a viernes, de 7:30 a.m. a 4:30 p.m.
Persona responsable	Esmeralda Franco
Número de teléfono	2592-9061
Correo electrónico	efranco@conamype.gob.sv
Costo del Servicio	Gratuito

Tabla 145 Área de Capacitación CONAMYPE

Nombre del Servicio: Asistencia Técnica	
Descripción	Servicio técnico especializado que es requerido por las empresas para lo cual se contratan consultores especializados en dicha temática.
Requisitos para obtener el servicio	Pueden solicitar a este servicio quienes tengan una micro o pequeña empresa
Persona responsable	Esmeralda Franco
Número de teléfono	2592-9061
Correo electrónico	efranco@conamype.gob.sv
Costo del Servicio	Este servicio es cofinanciado. El monto que el empresario o empresaria aporta varía entre el 5% y 20% del costo total de la asistencia técnica. El resto es cubierto con fondos del Gobierno de El Salvador.

Tabla 146 Área de Asistencia Técnica CONAMYPE

Nombre del Servicio: Biblioteca Física y Virtual	
Descripción	Servicio de acceso a información sobre el sector de la micro y pequeña empresa, dirigido principalmente a estudiantes de educación media y superior.
Requisitos para obtener el servicio	No hay requisitos
Persona responsable	Esmeralda Franco
Número de teléfono	2592-9061
Correo electrónico	efranco@conamype.gob.sv
Costo del Servicio	Gratuito

Tabla 147 Área de Biblioteca

Nombre del Servicio: Asesoría en Tramites Empresariales	
Descripción	Servicio de asesoría sobre cada uno de los trámites para la formalización de empresas, que permiten al empresario identificar las ventajas e implicaciones de legalizar su negocio.
Requisitos para obtener el servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Ser empresario/a o querer iniciar un negocio • Presentarse con su DUI y NIT el día que se dé la cita para la asesoría
Persona responsable	Ricardo Ramos
Número de teléfono	2592-9061
Correo electrónico	rramos@conamype.gob.sv
Costo del Servicio	Gratuito

Tabla 148 Área de Asesorías CONMYPE

Nombre del Servicio: Tramites Para la Formalización	
Descripción	A través de la Oficina de CONAMYPE, las empresarias y empresarios, pueden realizar los siguientes trámites: <ul style="list-style-type: none"> • Inscripción de NIT, • Inscripción de IVA, • Inscripción de Balance Inicial, • Matrícula de Empresa, • Registro de Marcas y Patentes
Requisitos para obtener el servicio	<ul style="list-style-type: none"> • Tener una micro o pequeña empresa • Para cada uno de los trámites deberá cumplir con los requisitos estipulados por cada institución responsable.
Persona responsable	Ricardo Ramos
Número de teléfono	2592-9061
Correo electrónico	rramos@conamype.gob.sv
Costo del Servicio	Gratuito

Tabla 149 Datos Relevantes CONAMYPE

3. AYUDA EN ACCION

Historia

Ayuda en Acción es una ONG fundada en España en 1981 que actualmente cuenta con más de 118.000 colaboradores y voluntarios que apoyan el trabajo que la organización desarrolla en 21 países de América Latina, Asia y África y también en España. Ayuda en Acción impulsa más de 120 programas de cooperación y desarrollo integral que mejoran las condiciones de vida de más de 2.500.000 personas que sufren o están en riesgo de sufrir pobreza, desigualdad y exclusión social. En esta tarea, resulta de vital importancia el trabajo de nuestra organización aliada en África y Asia, ActionAid International. A lo largo de 35 años de historia uno de los factores diferenciadores de Ayuda en Acción es que, a través del apadrinamiento damos a nuestros socios y socias la oportunidad de colaborar no sólo mediante una aportación económica, sino también personal y emotiva. El vínculo solidario establecido con el apadrinamiento permite poner en contacto la realidad de pueblos diferentes a través del conocimiento personal de un niño o niña y su entorno. Con

la aportación de los padrinos y madras no sólo se contribuye a mejorar las condiciones de vida de un niño o niña y de su familia, sino que se colabora en un programa de desarrollo que mejora las condiciones de vida de toda la comunidad, fomentando la innovación educativa para la infancia y la igualdad.

Misión

Nuestra misión es mejorar las condiciones de vida de niños y niñas, familias y comunidades en los países y regiones más pobres, a través de proyectos auto-sostenibles de desarrollo integral y actividades de sensibilización, con la finalidad última de propiciar cambios estructurales que contribuyan a la erradicación de la pobreza.

¿Cómo trabaja Ayuda en Acción?

1. Identificamos un lugar donde viven personas con necesidades comunes.
2. Buscamos una organización local para trabajar conjuntamente.
3. Hacemos una planificación de las acciones que realizaremos en la comunidad.
4. Durante 12 años colaboramos con las autoridades locales para poner en marcha estos planes.
5. Medimos y evaluamos el trabajo hasta que se consiguen los objetivos en áreas como la educación, la salud o la generación de recursos económicos y que las iniciativas sean auto sostenibles.

Donde trabajamos

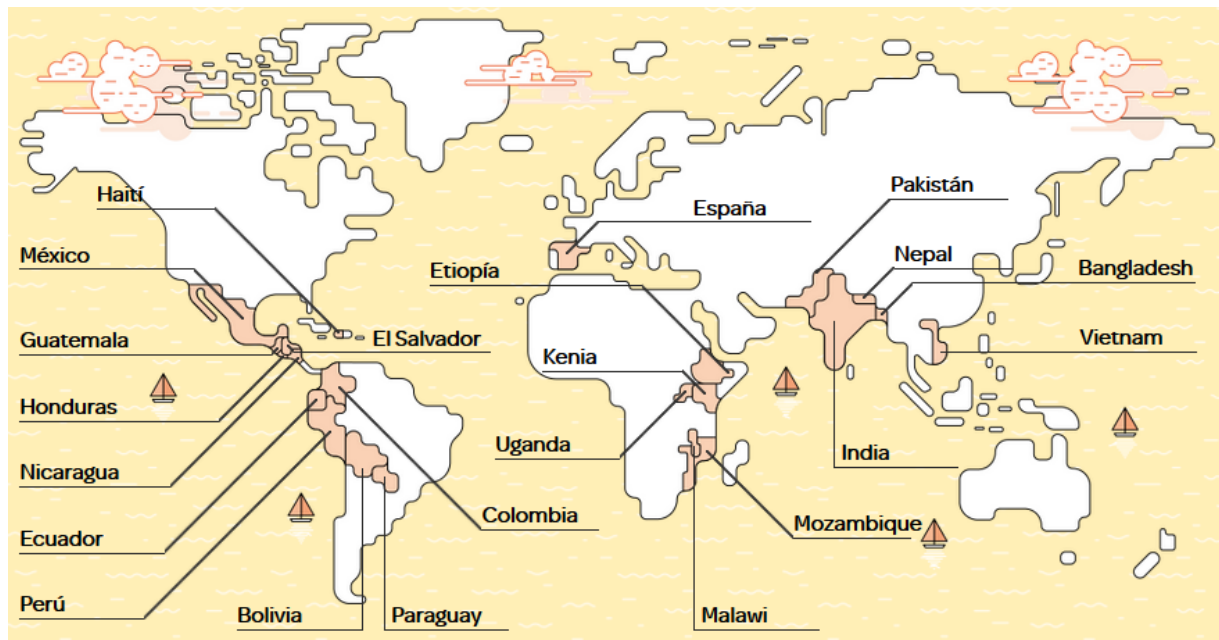


Ilustración 130 Mapa de Lugares donde trabaja Ayuda en Acción

Requisitos para recibir apoyo de Ayuda en Acción.

- Ser familias que estén en el programa de Ayuda en Acción.

- Beneficio para las familias de la comunidad donde se realiza la iniciativa o proyecto.
- La comunidad pertenezca al marco de acción de Ayuda en Acción, estar en el área de cobertura de Ayuda en Acción, en la Bahía de Jiquilisco, Ayuda en Acción ofrece ayuda a toda la Península San Juan del Gozo, además de la Isla Espíritu Santo y la comunidad El Jagual.
- Mínimo 8 personas que pertenezcan a 8 familias de la zona para recibir ayuda.

Intervención de Ayuda en Acción en la Bahía de Jiquilisco

La intervención de Ayuda en Acción en la Bahía de Jiquilisco inicia en el año 2001, dicha intervención se debe a que en el territorio de la bahía se observaba pobreza en las comunidades, pero con un gran potencial turístico en el cual se pueden emprender iniciativas para mejorar sus condiciones de vida. Ayuda en acción apertura espacios, oportunidades para que las comunidades de la zona aprovechen el potencial turístico que posee la Bahía de Jiquilisco.

Además de Apoyando desde el principio por la cooperación de la Junta de Andalucía, ayuda significativamente a la conservación de los recursos naturales de la reserva, considerada sitio RAMSAR (humedales de importancia internacional), y la promoción del ecoturismo que fomente y que proteja la biodiversidad de la zona, utilizando de manera responsable sus recursos naturales.

Ayuda en Acción ha contribuido al fortalecimiento de la Asociación de Desarrollo Turístico de la Bahía de Jiquilisco (ASDETUR), a través de un equipo técnico de los procesos administrativos y contables, para lograr la sostenibilidad del proyecto Ecoturístico. Se ha creado un programa de capacitación para los directivos, los asociados y el personal que trabaja para ASDETUR, desarrollando temáticas como: el buen manejo y preparación de los alimentos, los conceptos administrativos básicos, trabajo en equipo y estudio de los Estatutos, mejorando también la presentación del menú (cumpliendo las sugerencias aportadas por los turistas que visitan la Bahía de Jiquilisco).

Proyectos que ha impulsado en la Bahía de Jiquilisco

- **Artesianas y dulces a base de coco en la Isla el Jobal:** En la comunidad del Joba (isla Espíritu Santo), existen 2 grupos de mujeres, en la cual un grupo se dedica a la elaboración de dulces y conservas de coco, y el otro grupo a elaborar artesanías de coco. La cantidad de familias que se benefician del apoyo brindado por ayuda en acción es de aproximadamente 23.
- **Restaurantes Flotantes:** En esta bahía de El Salvador, Ayuda en Acción contribuye a este desarrollo del empleo digno, enfocado sobre todo a las mujeres de la zona. Uno de los principales atractivos son los restaurantes flotantes anclados en la bahía, que ofrecen una diversidad de platos típicos de mariscos para los visitantes. Este proyecto actualmente está manejado por la Asociación de Desarrollo Turístico de la Bahía de Jiquilisco (ASDETUR).

- **Cultivo de Hortaliza:** es uno de las iniciativas conocida también como Casas Mayas o huertos familiares, el cual se trata del cultivo de hortalizas bajo cubiertas plásticas, esto con el objetivo de minimizar el impacto de las plagas a los cultivos.
- **Restaurante Xirihualtique:** Ubicado en la Isla Espíritu Santo, construido en el 2011 el cual fue equipado y amueblado, listo para su uso, pero no ha sido inaugurado.
- **Reconstrucción del muelle Puerto El Triunfo:** Este es un proyecto que inicio Ayuda en Acción, en el que pretendía invertir aproximadamente \$300,000.00, pero el proyecto tiene una gran magnitud que Ayuda en acción busco hacer alianzas y coordinar esfuerzo, de esta manera la Alcaldía de Puerto El Triunfo, CORSATUR y MITUR. Ahora con la cooperación de estas instituciones el proyecto, el proyecto tendrá un costo de \$1, 200,000.00. De esta manera se pretende dinamizar la economía de la zona.
- **Proyecto de reciclaje y composta de los desechos sólidos:** Ayuda en acción ha construido 3 micro regiones de reciclaje y compostaje, una se encuentra Caserío El Pilar, Corral de Mulas, la otra está en caserío Corral de Mulas 1, y la otra está en la comunidad El Jagual.

4. FUNDACION USULUTAN II

Fundación Usulután II es una institución que tiene como objetivo principal de Fundación Usulután es facilitar la gestión, visualizando la necesidad, posteriormente buscar el recurso necesario para poder ejecutar los proyectos. Fundación Usulután se dedica más a la elaboración de documentos, estrategias, brindar información, además de buscar las entidades públicas o privadas que apoyen las iniciativas, como por ejemplo PRODEMORO, que apoyó la iniciativa del Centro Ecoturístico Punta Real.

Cabe mencionar que Fundación Usulután II además de apoyar en la gestión de las iniciativas, les da seguimiento a lo largo de su desarrollo, como es el caso de la iniciativa de la Cooperativa Punta Real, la cual sigue apoyando el desarrollo del Centro Ecoturístico de dicha cooperativa.

Origen de Fundación Usulután II

Fundación Usulután II es una institución independiente el cual surge de la Unión Europea, del programa de Transferencia y Tierras, producto de los Acuerdos de Paz. Cuando se firman los Acuerdos de Paz, la Unión Europea se compromete a repartirles tierras a ambos bandos (excombatientes de La Fuerza Armada de El Salvador y La Guerrilla), dicho programa termina en 1997, donde se contrata al Ingeniero Samuel con el fin de darle fin a las actividades pendientes, pero para poder darles fin a estas tareas, se tenía que crear una estructura legal, es ahí donde se constituye Fundación Usulután en Octubre del 1999, y la conformaron 16 personas, las cuales eran productores y agricultores excombatientes de ambos bandos y el Ingeniero Samuel, el cual la función en ese entonces era la de ser mediador ya que por los resentimientos y enemistades entre los excombatientes generados en la guerra era necesario. Con el tiempo los resentimientos y

enemistades generados en el conflicto desaparecen, el Ingeniero Samuel tiene como función de director de la institución. La institución se crea en ese entonces como una institución de crédito, pero por la situación dejo de dar crédito.

Iniciativas que apoya

Fundación Usulután parte de lo que posean las iniciativas, partiendo desde el potencial que posean, posteriormente se plantea una visión con las personas involucradas en las iniciativas, creándoles una visión de emprendedora y de desarrollo. Además trabaja con otros grupos con necesidades de resolver sus necesidades básicas.

La estrategia de trabajo de la institución es no ejecutar proyectos donde no exista un ambiente donde se pueda desarrollar una empatía y la falta de beneficio a la comunidad de la zona.

El dinero que administra la Fundación Usulután es para las iniciativas y pequeñas empresas que surgen, y para que las iniciativas tengan acceso a estos fondos deben cumplir ciertos requisitos, como el beneficio a la comunidad en la zona, que exista un potencial al que se pueda utilizar. La institución se beneficia de las tasas de interés por los fondos emitidos a las iniciativas.

5. POLICIA NACIONAL CIVIL – POLITUR DE PUERTO EL TRIUNFO

En 1997, se crea la Unidad Turística a propuesta de la Corporación Salvadoreña de Turismo (CORSATUR), posteriormente en 1998 se le une la Sección Montada bajo la División PPI y los Jefes de Policía de Centroamérica y Panamá se consolidan la seguridad turística a nivel de la región.

En el 2000, se crea la División Policía Montada con su Departamento Turístico, en el 2002 se conforma como División Policía de Turismo de la Policía Nacional Civil de El Salvador, por Decreto Legislativo y a finales del 2006 se fortalece POLITUR, con el convenio firmado PNC-MITUR el cual se encuentra vigente hasta la fecha.

Servicios

- Escoltas a turistas.
- Asistencia a guías turísticos locales.
- Inducción turística en centros educativos.
- Capacitación en seguridad turística.
- Seguridad en eventos turísticos nacionales.
- Seguridad en circuitos turísticos

El trabajo de la Policía Nacional Civil en conjunto con la Sub – división llamada POLITUR es de interés a tomar en consideración como abastecedor ya que estos ofrecen capacitaciones en seguridad turística donde el desarrollo de una localidad de la Bahía de Jiquilisco debe abordar la seguridad ya que a ningún turista le seria grato visitar un lugar donde no existe la seguridad asimismo, la Policía como tal puede garantizar que los índices de violencia en la Bahía de Jiquilisco están siendo combatidos a fin de garantizar no solo el bienestar de las personas que residen en la zona sino también garantizar la integridad física y mental de quienes visitan las áreas como son el Malecón incluyendo también las islas y Penínsulas que componen la Bahía.

- **¿Qué cantidad de homicidios se reportaron en el año 2016?**

En el año 2016 se registraron 23 homicidios en el Municipio de Puerto El Triunfo donde 2 se dieron en la Bahía 1 localizado en la Isla Madresal y 1 se produjo a mar abierto es decir no se suscitó en ninguna de las Islas o Península que conforman la Bahía de Jiquilisco.

- **¿Qué cantidad de hurtos se reportaron en el año 2016?**

En la zona del Malecón no se reportaron hurtos ni en las Islas solamente se registraron hurtos en las afueras del Municipio donde al finalizar el 2016 fueron un total de 24 hurtos.

- **¿Qué cantidad de robos se reportaron en el año 2016?**

En las islas no se suscitaron robos ni en el Malecón, solamente en las afueras del Municipio se registraron 32 robos a mano armada.

- **¿Qué trabajo ha realizado la PNC para mejorar la situación de Puerto El Triunfo?**

Se han desarticulado estructuras criminales importantes que operaban en la zona con la ayuda de la fuerza naval, las unidades de fuerzas especiales y las unidades de elite (ERP) que tiene la PNC dichos esfuerzos han significado una reducción de la delincuencia y mejorando de esta manera la seguridad de los residentes y turistas que frecuentan la zona.

- **¿Qué cantidad de homicidios se han reportado en este 2017 hasta este momento (mes de abril)?**

Solamente se han reportado 2 homicidios en la zona en lo que va del 2017.

- **¿Qué cantidad de hurtos se han reportado en este 2017 hasta este momento (mes de abril)?**

Hasta la fecha 4 hurtos se han suscitado en las afueras del Municipio en el área del Malecón e Islas no se ha registrado ninguno.

- **¿Qué cantidad de robos se han reportado en este 2017 hasta este momento (mes de abril)?**

Hasta la fecha 2 robos se han suscitado en las afueras del Municipio en el área del Malecón e Islas no se ha registrado ninguno.

- **La alcaldía trabaja en conjunto con la PNC para mejorar la seguridad de los turistas**

Si, la PNC trabaja en conjunto con la Alcaldía en planes de mejoramiento de la seguridad de los turistas en especial en temporadas altas que se concentran mayores cantidades de personas a fin de garantizar la integridad física de los turistas y residentes de la zona.

- **¿Qué medidas de seguridad existen en las islas de la Bahía de Jiquilisco?**

La PNC a fin de asegurar el orden y seguridad en las Islas y Penínsulas tienen lo que llaman Patrulla Rural las cuales operan de forma constante en el monitoreo de las Islas.

- **¿En qué forma se opera si sucede algún incidente dentro de las Islas?**

Existen puestos o bases de la Patrulla Rural en la Isla de Méndez, existe uno en Corral de Mulas, en la Isla Espíritu Santo y tienen su base en Tierra Blanca ubicada en la Isla de Méndez.

- **¿Cómo se garantiza la seguridad de los turistas en las Islas y en el Malecón?**

Por medio de monitoreo por parte de la Politur que hacen rondas a diario en el Malecón y las Patrullas Rurales realizan los respectivos monitoreo en las Islas y Península de la Bahía de Jiquilisco además de realizar lo que son operativos de forma constante.

- **¿Existe algún plan o mejora que piensen incorporar para seguir mejorando la seguridad en la zona?**

A finales del 2017 se les dotara de equipo para que puedan patrullar de forma constante en la Bahía, donde constara de otorgárseles lanchas pirañas y motos acuáticas las cuales vendrán como parte del plan que el gobierno está poniendo en acción en la mejora de la zona costera del país donde una de las mejoras es la remodelación del Malecón y dotar a las Policía de equipo para que estos salvaguarden de forma más efectiva la seguridad de los visitantes.

- **Existe alguna otra división de la PNC que tenga implicaciones directas en la Bahía de Jiquilisco:**

Si, la división de la Policía Medio Ambiental la cual trabaja de la mano con el MARN para asegurar que se cumplan los periodos de veda que se establecen y que son aplicables a algunas zonas y fechas en la Bahía donde los viveros de las Cooperativas Camaroneras y Pesqueras quedan exentos de la veda, donde en la Bahía a partir del 20 al 31 de mayo comenzara la veda del camarón.

6. PRODEMORO

El Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG) por medio de la Dirección General de Desarrollo Rural (DGDR) y la Unidad Ejecutora del Proyecto (UEP), ejecuta el Proyecto de Desarrollo y Modernización Rural para la Región Oriental (MAG-PRODEMORO).

El Programa tiene como propósito: “Contribuir a la implementación de acciones orientadas al desarrollo y reducción de la pobreza rural, en concordancia con las políticas y estrategias definidas por el MAG y de los objetivos nacionales y sectoriales promovidos por el Gobierno”.

a. Objetivos del Proyecto

El principal objetivo que se pretende alcanzar con el Proyecto de Desarrollo y Modernización Rural para la Región Oriental es:

“Mejorar significativamente los niveles de ingreso y de las condiciones de vida de los hombres, mujeres y jóvenes productores, microempresarios y trabajadores de la región oriental de El Salvador”.

Otras metas que se pretenden alcanzar con el Proyecto de Desarrollo y Modernización Rural para la Región Oriental son:

- Desarrollar la base de los recursos humanos y de capital de la población usuaria, reforzando la autoestima y el empoderamiento de los miembros de las organizaciones económicas;
- Crear y consolidar organizaciones económicamente rentables y sostenibles, tanto agrícolas como no agrícolas;
- Rehabilitar y mejorar el medio ambiente regional, estimulando el uso sostenido de sus recursos naturales;
- Crear condiciones y oportunidades para el desarrollo equitativo de las mujeres rurales, a través de su inserción en actividades económicas rurales rentables, sostenibles y orientadas al mercado; y
- Fortalecer la capacidad del MAG para que pueda participar eficientemente en el desarrollo rural, en la erradicación de la pobreza y en la descentralización.

b. Factores Determinantes para la Búsqueda de Apoyo al Desarrollo

El Proyecto identifica factores determinantes en la búsqueda del desarrollo de la población rural, que afectan a los hombres y mujeres ya sean estos pequeños propietarios, campesinos sin tierra o juventud rural:

- Bajos niveles de capital social y humano;
- Acceso limitado a los bienes y servicios para la producción;
- Baja capacidad de generación de ingresos; y
- Una base de recursos naturales deteriorada.

c. Líneas Estratégicas de Acción

Para dar respuesta a esos factores, el diseño del MAG-PRODEMORO incluye tres líneas estratégicas de acción:

1. Fortalecimiento del capital humano y social; Cuyas acciones incluyen:

- Programas de capacitaciones para usuarios
- Formación de jóvenes emprendedores
- Fortalecimiento de Organizaciones Económicas
- Creación de nuevas organizaciones económicas
- Desarrollo de nuevos modelos modernos de organización; y
- Comunicación social

2. Transformación de las actividades económicas de subsistencia y no agrícolas actuales para negocios rurales rentables orientados al mercado; este componente comprende:

- Identificación y consolidación de Negocios Rurales

- Servicios de Asistencia Técnica
- Financiamiento de negocios rurales

3. Rehabilitación de las áreas geográficas ambientalmente deterioradas y el establecimiento de un sistema sostenible de uso y manejo de los recursos naturales; las actividades se dirigen a:

- La promoción y difusión de los recursos naturales por medio de intercambio de experiencias y divulgación de información
- Iniciar el proceso de la asistencia técnica y de la educación ambiental de los beneficiarios
- Establecimiento y el inicio de operaciones del Fondo Ambiental.

El Proyecto se orientará hacia la Organización, los Mercados y los Negocios Rurales como medio para aumentar los niveles de ingreso de una manera sostenible.

Se evaluará también la competitividad de mercado de todas las actividades productivas, agrícolas y no agrícolas, como medio para salir de la economía de subsistencia y lograr una actividad productiva orientada a mejorar el acceso a mercados, que es parte de la estrategia del FIDA (Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola) para la región y de igual forma, con ello da respuesta al Plan de Agricultura Familiar que lidera el MAG.

d. Impacto y Población Beneficiada

El proyecto promueve la integración social y productiva, al mismo tiempo que reduce los índices de pobreza rural.

El área del proyecto comprende las municipalidades rurales de los departamentos de La Unión, Morazán, San Miguel y Usulután. Prioriza sus acciones en 33 municipios con altos niveles de pobreza, seleccionados por el Plan de Erradicación de la Extrema Pobreza y Cumplimiento con las Metas del Milenio del Gobierno de El Salvador.

El proyecto beneficiará a 33,000 personas en total:

- 17,000 hombres adultos,
- 5,000 esposas o convivientes,
- 5,000 mujeres jefas de hogar,
- 3,000 hombres jóvenes y
- 3,000 mujeres jóvenes.

e. Metas del Proyecto

Se espera que las condiciones de vida de pequeños productores rurales (hombres y mujeres, y microempresarios de la región del oriente) se hallan mejorado en forma significativa.

5,000 hogares han mejorado sus activos en propiedad.

50% de reducción de la prevalencia de malnutrición infantil.

3,500 hogares acceden a una fuente mejorada de consumo de agua.

7,750 hogares han mejorado su seguridad alimentaria.

Entre otros.

f. Financiamiento del Proyecto

Nombre del Proyecto	Donante	Monto
Proyecto de Desarrollo y Modernización Rural para la Zona Oriental – PRODEMORO	Fondos FIDA y fondos GOES	\$16,570,828.70

g. MAG-PRODEMORO Proyectos Productivos

Más de 150 mil dólares es la inversión que se ha destinado para ejecutar 10 iniciativas productivas y dos ampliaciones de proyecto, como parte de la aprobación de recursos que el Ministerio de Agricultura y Ganadería, por medio del MAG-PRODEMORO, ha asignado para beneficiar directamente a más de 236 productores/as (134 hombres y 130 mujeres) de la Región Oriental del país.

Entre las organizaciones cuyos proyectos fueron aprobados, se encuentran cinco iniciativas de negocios rurales, cuatro microempresas y un Proyecto de Alivio a la Carga Doméstica de las Mujeres; adicionalmente hubo dos ampliaciones de proyectos. La inversión otorgada favorecerá a varias Asociaciones para la implementación de negocios rurales, en actividades de turismo, acuicultura, artesanías, hortalizas, entre otros rubros que forman parte de las Cadenas de valor, que promueve el MAG.

Esta iniciativa forma parte de la vigésima tercera entrega de fondos no reembolsables, cofinanciada con recursos del Gobierno de El Salvador y del Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA), con el objetivo de mejorar los niveles de ingreso y las condiciones de vida de los/as productores/as usuarios/as del Proyecto, a quienes también se les apoyará con capacitaciones sobre procesos de fortalecimiento organizacional y gestión empresarial, que les permitirá administrar y manejar apropiadamente los proyectos.

Entre las asociaciones beneficiadas se encuentra la Asociación Cooperativa de Comercialización, Aprovisionamiento, Consumo, Ahorro, Créditos y Servicios Turísticos “Punta Real” de R.L. Ubicada en Punta San Juan del Gozo de la Bahía de Jiquilisco.

7. BANDESAL

BANDESAL es una institución pública de crédito de El Salvador que ofrece fondos de mediano y largo plazo otorgados a través de instituciones financieras.

Entre los servicios que ofrece son: Línea de primer piso, Línea de segundo piso, Garantías entre otros.

a. Fomento de Turismo

Dentro de la categoría de línea de primer piso se encuentra lo que el Fomento de Turismo, el cual tiene como objetivo Impulsar el desarrollo, la competitividad y el mejoramiento de la calidad de servicios ofrecidos en todas las ramas del turismo

salvadoreño con énfasis en el turismo de montaña de sol y de playa, náutico, de surf, de pesca, medico, cultural, de negocios y de reuniones mediante créditos que busquen financiar el establecimiento, ampliación y diversificación de empresas sostenibles en dicha actividad económica.

b. Actividades que Financia

La gestión de productos y/o servicios que busquen promover la cadena de valor del turismo en El Salvador al ofrecer excursiones, transporte, traslados u hotelería, entre otros, que puedan ser coordinados por la misma empresa o por medio de operadores turísticos, ya sean mayoristas o minoristas.

Actualmente BANDESAL, brinda un periodo de gracia de 3 años para los proyectos contemplados en el financiamiento del Fomento de Turismo, lo que significa que cualquier ente que solicite este financiamiento, estará exento de pagar sus cuotas durante los primeros 3 años.

8. FUNDACIÓN INTERAMERICANA (IAF)

La Fundación Interamericana (IAF), organismo autónomo del gobierno de los EE.UU., fue creada por el Congreso en 1969 para canalizar la asistencia para el desarrollo directamente a sectores pobres organizados de América Latina y el Caribe. La IAF está cumpliendo su mandato al responder con donaciones a las ideas más creativas de autoayuda recibidas de grupos de base y organizaciones no gubernamentales en respuesta a su convocatoria anual. También favorece la formación de alianzas entre organizaciones comunitarias, empresas y los gobiernos locales dirigidas a mejorar la calidad de vida de los pobres y fortalecer prácticas democráticas.

a. Convocatoria a Propuestas

La IAF apoya solamente proyectos en América Latina y el Caribe. No pueden recibir donaciones de la IAF:

- Las propuestas presentadas o dirigidas por entidades gubernamentales;
- Las propuestas presentadas por individuos.
- Las propuestas presentadas o dirigidas por entidades domiciliadas fuera del país en el que se llevará a cabo el proyecto.
- Las propuestas presentadas por grupos que no contribuyen recursos financieros ni en especie a las actividades propuestas.
- Las propuestas relacionadas con partidos políticos o movimientos partidistas;
- Las actividades puramente religiosas o sectarias.
- La investigación pura.
- Los proyectos de asistencia social de cualquier tipo, las instituciones benéficas ni las propuestas de proyectos de construcción y/o equipamiento exclusivamente.

- Las solicitudes de donaciones inferiores a los \$25.000 o superiores a los \$400.000 dólares.
- Los proyectos cuyos objetivos no estimulan una capacidad compartida de autoayuda.

La IAF financia propuestas que presentan las siguientes características:

- Soluciones innovadoras a problemas de desarrollo.
- Uso creativo de recursos de la comunidad.
- Una gran diversidad de voces comunitarias en la elaboración y ejecución del proyecto.
- Una participación considerable de los beneficiarios en (a) la identificación del problema objeto del proyecto, (b) la estrategia elegida para resolverlo, (c) el diseño del proyecto y (d) la administración y evaluación de las actividades.
- Alianzas con gobiernos locales, la comunidad empresarial y otras organizaciones de la sociedad civil.
- El potencial de fortalecer a todas las organizaciones participantes y sus alianzas;
- Viabilidad.
- Indicios de sostenibilidad futura.
- Contribuciones de contrapartida por parte del proponente, los beneficiarios y otras fuentes.
- El potencial de generar conocimiento.
- Resultados susceptibles de medición.
- Evidencia de una mejorada capacidad de los beneficiarios para el autogobierno.

b. Como solicitar donaciones

Procedimiento

- Se aceptarán solicitudes en idioma español, portugués, inglés, francés o criollo haitiano durante todo el año.
- Las solicitudes pueden enviarse por correo directamente a: Inter-American Fundación, Program Office, 901 North Stuart Street, 10th Floor, Arlington, VA, 22203, EE. UU. La IAF no aceptará solicitudes de donación enviadas por fax. Las solicitudes también pueden enviarse por correo electrónico a: proposals@iaf.gov. Las solicitudes enviadas por correo electrónico deberán incluir el nombre del país en el campo "Asunto".
- Por favor, presente la solicitud una sola vez y espere la confirmación de recepción antes de ponerse en contacto con la IAF.

- La evaluación inicial de propuestas tomará cinco meses, y dará como resultado un pequeño número de proyectos que serán analizados en más detalle mediante visitas al lugar. Se notificará a aquellos proponentes que ya no estén en consideración. La evaluación de las propuestas ganadoras puede tomar hasta 12 meses, según la complejidad del proyecto y el número de visitas que sean necesarias. Por favor, comuníquese con el representante de la fundación para su país si tiene alguna pregunta.

9. COOPERACIÓN INTERNACIONAL

A continuación, se presentan las agencias de Cooperación Internacional que tienen presencia y ayudan al País:

Organización	We Effect
Área de Trabajo:	Apoya a cooperativas y grupos organizados de los sectores populares con herramientas para luchar contra la pobreza y la injusticia en base a su propio esfuerzo.
Tipos de proyectos que apoyan:	El apoyo está dirigido a las cooperativas u organizaciones democráticas, Principalmente a organizaciones del sector de la economía social y su trabajo está orientado a “la ayuda para la auto ayuda” con el fin de que hombres y mujeres de los sectores populares puedan mejorar sus condiciones de vida y defender sus derechos.
Tipo de Apoyo:	Apoyo Técnico y Económico
Requisitos:	El Beneficiario debe estar organizado y poseer una identidad jurídica
País:	Suecia
Contacto:	Mónica Hernández Teléfono: 2278 9451 Correo Electrónico: elsalvador@weeffect.org

Tabla 150 Organización We Effect

Organización	BID (Banco Interamericano de Desarrollo)
Área de Trabajo:	Se enfoca mejorar la calidad de vida en América Latina y el Caribe. Ayudan a mejorar la salud, la educación y la infraestructura a través del apoyo financiero y técnico a los países que trabajan para reducir la pobreza y la desigualdad. Nuestro objetivo es alcanzar el desarrollo de una manera sostenible y respetuosa con el clima.

Tipos de proyectos que apoyan:	Los temas actuales prioritarios del Banco incluyen tres retos de desarrollo Inclusión social y e igualdad, Productividad e innovación e integración económica y tres temas transversales; Igualdad de género, cambio climático y sostenibilidad ambiental
Tipo de Apoyo:	Apoyo Técnico y Económico
Requisitos:	Todos los países miembros prestatarios del Banco son elegibles para recibir cooperación técnica no reembolsable. Dentro de las posibles empresas del sector privado elegibles para ser prestatarias del Banco, se encuentran las sociedades anónimas, otras sociedades mercantiles, cooperativas, fundaciones, etc.
País:	Estados Unidos
Contacto:	Teléfono: 2233 8900 Correo Electrónico: BIDEISalvador@iadb.org

Tabla 151 Cooperación BID

Organización	aecid
Área de Trabajo:	Principal órgano de gestión de la Cooperación Española, orientada a la lucha contra la pobreza y al desarrollo humano sostenible. Según su Estatuto, la Agencia nace para fomentar el pleno ejercicio del desarrollo.
Tipos de proyectos que apoyan:	El trabajo ha estado marcado por el apoyo a una sociedad equitativa e incluyente, una sostenibilidad en el Medio Ambiente y Cambio Climático y un Estado centrado en la ciudadanía.
Tipo de Apoyo:	Apoyo Económico y Técnico
Requisitos:	La cooperación económica se expresa a través de aportaciones destinadas a proyectos de inversión para el aumento del capital físico de los países beneficiarios y a proyectos de ayuda a los sectores económicos La cooperación técnica se articula mediante programas y proyectos de refuerzo de formación y capacitación en todos los sectores y niveles, y mediante programas y proyectos de asesoramiento técnico con asistencia de expertos, agentes sociales, organizaciones no gubernamentales, empresas españolas, aportación de estudios o transferencia de tecnologías.
País:	España
Contacto:	Teléfono: 2218-0100 Correo Electrónico: josefina.duran@aecid.es / otc.elsalvador@aecid.es

Tabla 152 Cooperación Aecid

10. ABASTECEDORES DE INSUMOS

En los siguientes apartados se describen los insumos básicos para la prestación de servicios.

a. Servicio de restaurante

El Centro Ecoturístico Punta Real ofrece servicio de restaurante, los insumos utilizados en los platillos que ofrecen algunos son insumos propios de la zona, ya que en la bahía de Jiquilisco existen numerosas pobladores de las comunidades se dedican principalmente a actividades relacionadas a la pesca de especies marinas.

Otros Insumos se obtienen de los pueblos aledaños o en el centro de Usulután.



Diagrama 13 Platillos de Punta Real

A Continuación se muestran los principales insumos que se utilizan para cocinar los platillos de comida que ofrecen en el Centro Ecoturístico Punta Real.

Se detallan además aquellos insumos que se retomen de la encuesta para mejorar el menú ofrecido y cumplir con las expectativas de los clientes.

PESCADO	CARNES	MARISCOS
<ul style="list-style-type: none"> • Pardo • Roncon • Boca Colorada • Chinbera 	<ul style="list-style-type: none"> • Churrasco • Pollo entrepierna • Pechuga Deshuesada 	<ul style="list-style-type: none"> • Camarones • Caracol • Conchas • Casco de Burro • Camaroncillo

Ilustración 131 Pescado, carnes y mariscos

BEBIDAS	FRUTAS	VERDURAS
<ul style="list-style-type: none"> •Bebidas alcoholicas •Café •Jugos artificiales •Gaseosas •Agua 	<ul style="list-style-type: none"> •Coco •Piña •Limón •Guineo •Fresas •Papaya 	<ul style="list-style-type: none"> •Tomates •Cebolla •Chile verde •Ajo •Platanos

Ilustración 132 Bebidas, frutas y verduras

PRODUCTOS DE LA CANSTA BASICA Y MAS	BOQUITAS/GOLOSINAS	LACTEOS
<ul style="list-style-type: none"> •Huevos •Frijoles •Arroz •Pan •Tortillas •Aceite 	<ul style="list-style-type: none"> •Churros •Nachos •Manis •Bolsa de papas •Saladinas 	<ul style="list-style-type: none"> •Leche •Crema •Queso duro- blandito

Ilustración 133 Canasta basicam boquitas y lacteos

Para brindar un servicio de restaurante es necesario, no solo insumos directos sino también insumos indirectos para que el servicio sea completo y cumpla con el objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes, se pueden mencionar los siguientes:

ADEREZOS	CONDIMENTOS	MOBILIARIO
<ul style="list-style-type: none"> •Mostaza •Ketchup •Mayonesa •Salsa Negra •Chile •Salsa Inglesa 	<ul style="list-style-type: none"> •Sal •Pimienta •Sazon Completa •Consome •Azucar 	<ul style="list-style-type: none"> •Juego de mesas •Sillas •Manteles •Tambo de Gas

Ilustración 134 Aderezos, condimentos y mobiliario

PRODUCTOS DE LIMPIEZA	DESECHABLES	UTENSILIOS
<ul style="list-style-type: none"> •Deterguentes •Legía •Jabones •Papel higienico •Bolsas de basura • Mascones 	<ul style="list-style-type: none"> •Cucharas •Tenedores •Servilletas •Papel aluminio. •Pajillas 	<ul style="list-style-type: none"> •Platos •Vasos /copas

Ilustración 135 Productos de limpieza, desechables y utensilios

b. Descripción de los insumos

● **Peces**

Peces que se encuentran en la zona de la bahía de Jiquilisco

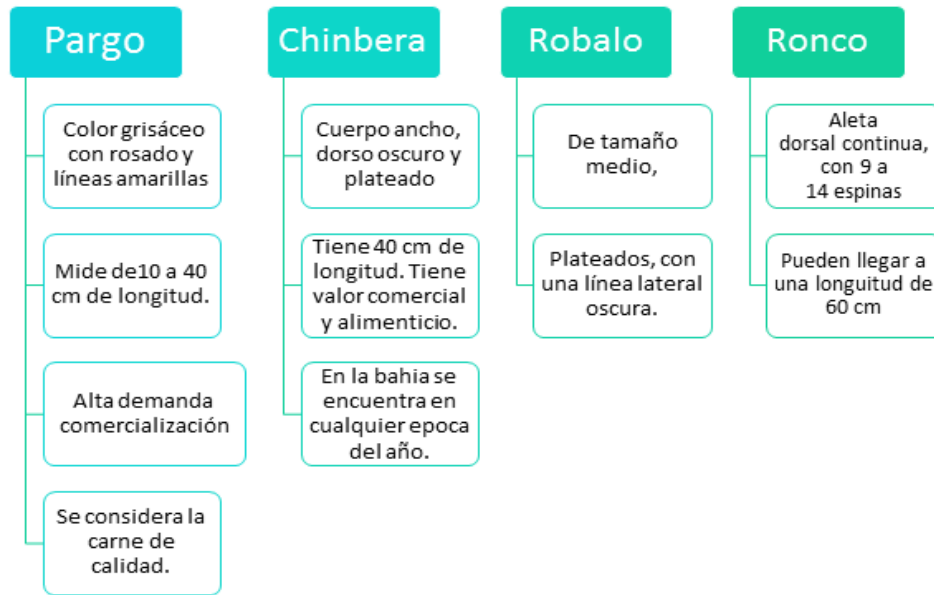


Ilustración 136 Peces que se encuentran en la Bahía de Jiquilisco

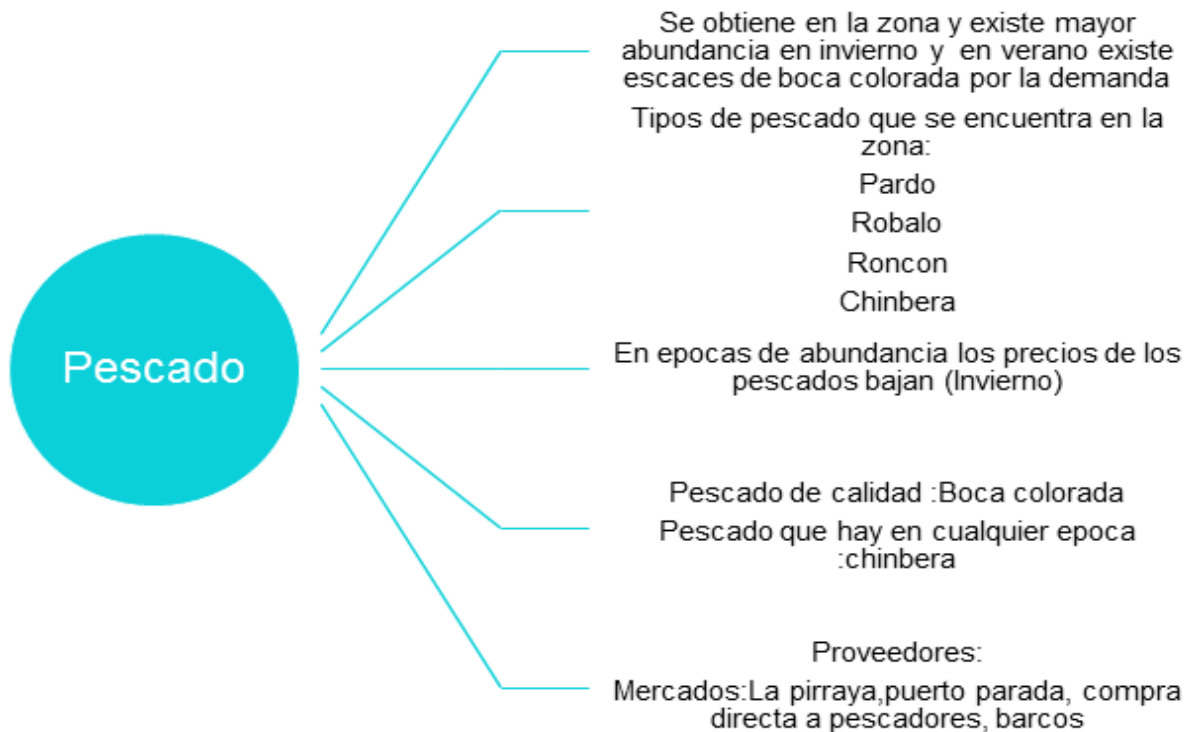


Ilustración 137 Característica del pescado

● **Mariscos**

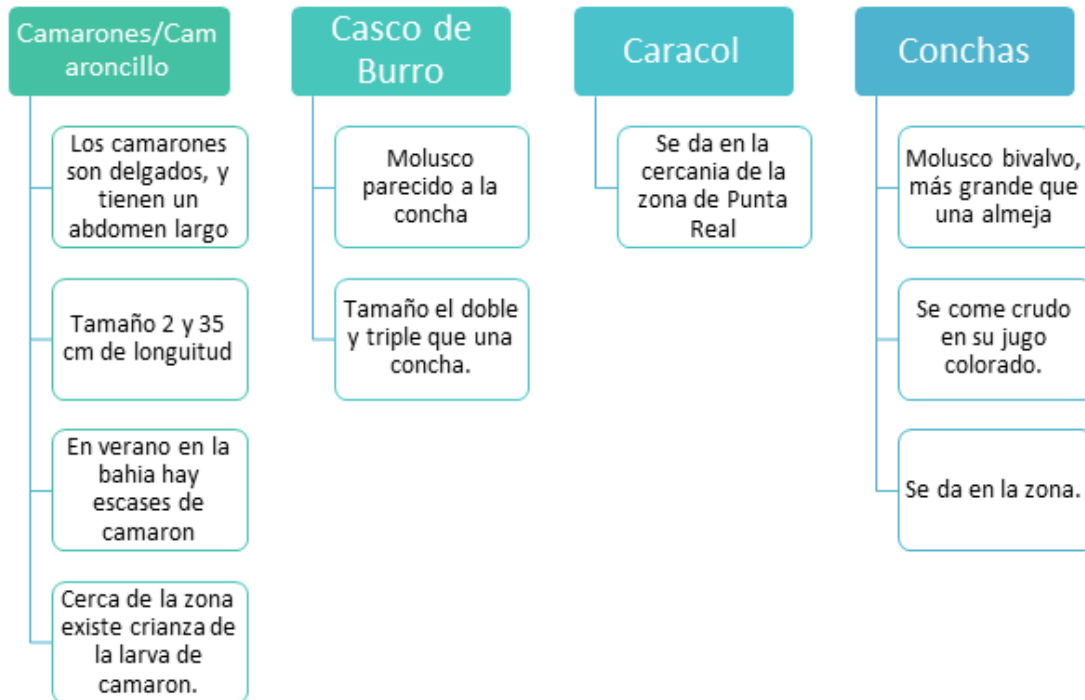


Ilustración 138 Tipos de mariscos



Ilustración 139 Almacenamiento de mariscos

Los productos mencionados anteriormente, donde son el pescado y los mariscos se obtienen directamente en la bahía de Jiquilisco, por medio de pesqueros individuales, cooperativas de pesca, barcos industriales, lancheros entre otros. Generalmente estos productos son vendidos a intermediarios o son estos quienes contratan a los pesqueros para conseguir el producto a un menor precio. En la zona llegan a adquirir sus productos otros mercados más grandes como son la Tiendona quien lleva cantidades mayores de productos de esta zona y que en muchas ocasiones, los intermediarios prefieren dejar de vender a los pequeños establecimientos de la zona y no dejar de venderle a estos grandes mercados, sin importar si existe trato previo.

El pescado y los marisco generalmente abundan en época de invierno y en verano existe escasez del producto, por ejemplo el boca colorada se escasea para la temporada de semana santa ya que en esta época es más buscado por las tradiciones salvadoreñas de comer este tipo de pescado, todo esto conlleva a que en estas temporadas los precios de

los productos marinos tengan fluctuaciones de precio y por ende en tiempo de escasez se encarecen los productos.

- **Plásticos**

UTENSILIOS	
	
Vasos Copas Platos	Características Material de Plástico, Tamaño Grande y mediano Material: Plástico variedad de colores. Material: Baquelita Color: Beige

Tabla 153 Características de los Utensilios

- **Desechables**

DESECHABLES	
	
Cucharas Tenedores Servilletas Papel aluminio. Pajillas	Características Cucharas grande para sopa, color blanco 25 Unidades Tenedor grande, compra de 25 Unidades Servilleta blanca cuadrada 100 Unidades Papel aluminio 75 Pies Pajillas suaves, compra 100 Unidades

Tabla 154 Características de los Desechables

● Mesas, sillas y mas

MOBILIARIO	
	
Juego de mesas Sillas Manteles Tambo de gas	Plásticos de Polistireno Plásticos de Polistireno Tela de algodón mezclada con polyester Cilindro de gas convencional de 25 libras

Tabla 155 Característica de Mobiliario

c. Servicios

Para el ofrecimiento de servicios como alojamiento, actividades recreativas también es necesario contar con insumos que complementen estos servicios los cuales son los siguientes:

MUEBLES	LIMPIEZA	ACCESORIOS DE HIGIENE PERSONAL
<ul style="list-style-type: none"> •Camas •Ventiladores •Inodoros •Regadera •Lamparas •Tomacorrientes 	<ul style="list-style-type: none"> •Escobas. •Sacudidores •Rastrillos 	<ul style="list-style-type: none"> •Sábanas •Toallas •Almohadas

Ilustración 140 Insumos para servicios

● Muebles

MUEBLES	
	
Camas Ventiladores	Características: Tamaño de base matrimonial, ancho 1.37 mts, profundidad 1.90 mts, altura 0.45 mts. Capacidad Min: 2, Max:6

Inodoros	Ventilador de techo, con 3 velocidades y 4 aspas, Luces, Tamaño de diámetro 42 in.
Regadera	Largo (Min 63- Max 67) cm (Ancho 40.5 cm) Alto 73.0 cm Color: Blanco , Material esmaltado
Tomacorriente	Material que resista a la corrosión provocada por la sal.
Lámparas	Con materiales resistente a la corrosión 2 Tomas Amperaje: 15 Lámpara de interiores.

Tabla 156 Insumos de mobiliario


LIMPIEZA	
	
Escobas.	Características Que cumplan la funcionalidad, buscando un costo accesible, que no derrame fibras. Material plástico.
Sacudidores	Ajustable a distintas alturas, fibras delgadas y manejables para limpiar cualquier partícula fina.
Rastrillos	Material de escoba: Plástico, Material de manera: madera o plástico, que sea resistente y de alto impacto.

Tabla 157 Insumo de limpieza

ACCESORIOS DE HIGIENE PERSONAL	
	
Sábanas	Características Que sean de materiales confortables, que no dejen pelusa, que incluya

Toallas	kit de accesorios para cama, tamaño Queen.
Almohadas	Materia absorbente, color blanco, pueden ser de materiales como algodón. Material: algodón tamaños : (100 x 60)cm

Tabla 158 Accesorios de higiene personal

d. Actividades turísticas

Entra las actividades turística están las que ofrecen que son pesca artesanal cuando el cliente lo solicita pero también está la incorporación de Tours por la Bahía y actividades acuáticas según la información recolectada por parte de los turistas. También se deben tomar en consideración posibles proveedores para actividades como Kayak, donuts, Jet Sky, áreas de Spa y Senderismo.

MAQUINARIA /MOBILIARIO	EQUIPO DE SEGURIDAD	EQUIPO E INSUMOS COMPLEMENTARIOS
<ul style="list-style-type: none"> •Lancha. •Accesorios de pesca 	<ul style="list-style-type: none"> •Chalecos salvavidas 	<ul style="list-style-type: none"> •Equipo de Mantenimiento en general. •Gasolina

Tabla 159 Actividades recreativas

MAQUINARIA	
	
Lancha	Lancha colectiva, Capacidad máxima 30 personas

Tabla 160 Maquinaria existente

EQUIPO DE SEGURIDAD



Chalecos salvavidas

Características

Según las especificaciones que establece la norma de turismo de aventura de El Salvador.

Tabla 161 Equipo de seguridad

EQUIPO E INSUMOS COMPLEMENTARIOS



Equipo de Mantenimiento
Gasolina
Carnada
Motor de lancha

Características

Según las especificaciones requeridas para cada actividad que se realice.

Tabla 162 Equipo e Insumos

e. Análisis de precios y proveedores

Para el apartado de selección de proveedores se realizará un análisis de la situación del mercado en donde se consiguen los materiales e insumos necesarios, así como de las ventajas y desventajas de algunos proveedores y los precios que estos ofrecen, de manera que esto sirva como criterio para la toma de decisiones de los mejores proveedores.

- Pescado

A continuación se presentan los precios que se manejan en el mercado para la los pescados en la zona de la Bahía de Jiquilisco tomando en consideración la variedad de pescado rojo y pescado blanco asimismo el lugar donde estos son comercializados.

PESCADO			
PRECIO			
Rojo(Lb)	Blanco(Lb)	Lugar	Características
\$1.25	\$1.10	Pirraya	Ofrecen Pescado Fresco Respuesta rápida de abastecimiento. Dan crédito, las condiciones las establecen las partes. Ofrecen mayor variedad. Se escoge la mejor calidad
\$1.75	\$2.00	Puerto el Triunfo	Ofrecen variedad de pescado pero a un precio duplicado.
\$1.75	\$2.00	Puerto Parada (Cooperativa de lancheros)	Ofrecen variedad de pescado pero a un precio duplicado.
		Barcos	No se les puede comprar directamente.
\$1	\$0.90	Pescadores de la cooperativa	Los precios son casi iguales a los demás proveedores aunque ellos no proporcionan variedad de pescado
\$1.90	\$1.75	Procesadora Mariscos del Sur	Ofrecen precios rebajados por tener alianzas con la cooperativa Punta Real

Tabla 163 Precios del Pescado en Bahía de Jiquilisco

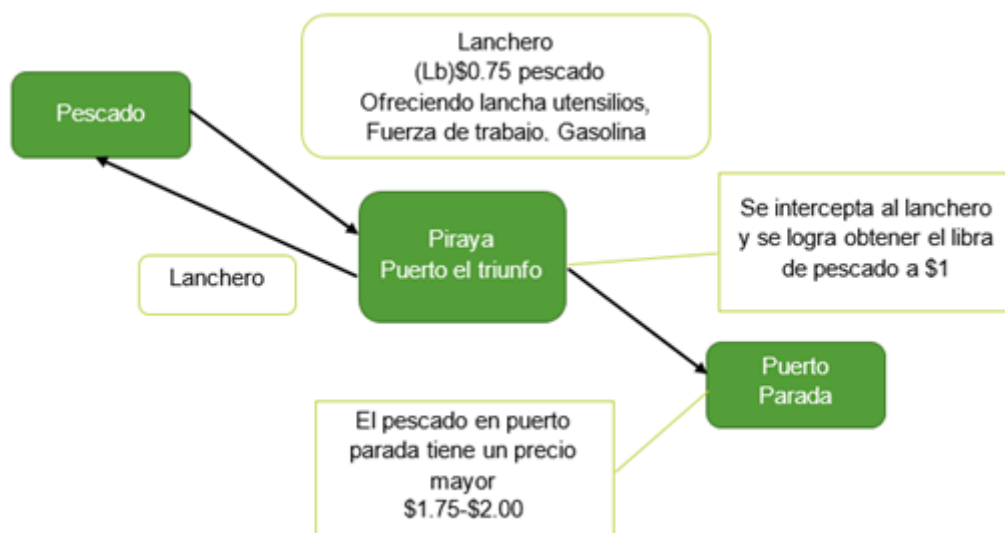


Ilustración 141 Precios de Insumos

Descripción de la ilustración 141: La imagen describe la lógica de abastecimiento de pescado, de puerto el triunfo y de la Pirraya mandan a lancheros a pescar, estos traen los

pescados y se los venden a los de la Pirraya y puerto el triunfo a un precio de \$0.75 la Libra de pescado, estos dos lo venden en puerto parada y puerto parada lo vende a un precio mayor.

- Camarón

Precio				Proveedor
Jumbo		Mediano		
Esc.	Abund	Esc.	Abund	
\$8	\$4.5	\$6.5-\$7	\$3.5	Cooperativas de Puerto el triunfo
\$8	\$4.5	\$6.5-\$7	\$3.5	Cooperativa de lancheros en Puerto Parada
\$9	\$3.5-\$3.75			Mariscos del Sur
No venden directamente				Barcos

Tabla 164 Proveedores de camarón

Para el caso del camarón también existe estacionalidad del producto y en tiempo de abundancia que es en la estación de invierno los precios de la libra de camarón bajan y en el tiempo de verano existe escasez del producto y los precios aumentan, además con el abastecimiento de camarón se tienen algunos problemas ya que en este tiempo solo los está sacando barcos industriales y no vende directamente lo venden a distribuidores del Puerto del Triunfo y lo venden a un precio mayor de \$ 8.0 grande y \$ 6.0 mediano la libra.

- Conchas

En el caso de las conchas existe un problema que enfrentan las pequeñas cooperativas o restaurantes de la zona ya que los proveedores no venden cuando ya hay tratos con la Tiendona o muchas veces aun teniendo trato con personas de la zona prefieren venderle a la Tiendona debido a que este es un comprador de mayores cantidades, proponen precios y aseguran la mercadería.

Algunos factores que afectan este mercado:

- No toman en cuenta a los pequeños compradores
- La Tiendona compra a mayores cantidades y propone el precio
- Agua

En el caso del agua que se necesita para la comercialización es decir para que los turistas la consuman y también tomando en consideración el agua dulce que se necesita comprar para poder realizar los diferentes platillos que se ofrecen se manejan los precios siguientes en el mercado.

presentación	Marca	Establecimiento	Precio	Sondeo
Fardo Bolsa	Cristal	Maxi Despensa	\$1	15/05/2017

Fardo Botella	Acua	Maxi Despensa	\$2.70-\$2.99	15/05/2017
Fardo Botella	Cristal	Súper Selectos	\$3.75	15/05/2017

Tabla 165 Proveedores de agua

- Agua dulce para cocinar

Presentación	Marca	Establecimiento	Precio	Sondeo
Tonel	Sin Marca	Pirraya	\$5	25/05/2017

Tabla 166 Proveedor de agua dulce

- Bebida

Presentación	Marca	Establecimiento		Precio	Sondeo
Fardo Jugo	Del valle	Establecimiento Puerto el Triunfo	en	\$2.50	15/05/2017
Caja de Gaseosa	Variadas	Establecimiento Puerto el Triunfo	en	\$7	15/05/2017
Caja de Cerveza	Pilsener	Establecimiento Puerto el Triunfo	en	\$14.5	15/05/2017
Caja de Cerveza	Golden	Establecimiento Puerto el Triunfo	en	\$14.5	15/05/2017
Caja de Cerveza	Smirnov	Establecimiento Puerto el Triunfo	en	\$30	15/05/2017
Caja de Cerveza	Corona	Establecimiento Puerto el Triunfo	en	\$30	15/05/2017
Balde de Cerveza	Modelo	Súper Selectos		\$6	15/05/2017

Tabla 167 Precio de Proveedores de Bebida

- Gasolina

Presentación	Marca	Establecimiento		Precio	Sondeo
Galón		Gasolina Shell Parada	Puerto	\$3.50	25/05/2017


Tabla 168 Precios Proveedor de Gasolina

f. Supermercados

A continuación se detallan los abastecedores para insumos que no son productos marinos como pescado, camarón y curiles.



Ilustración 142 Proveedores de Insumos

Proveedor		Súper Selectos	
Dirección	2da. Avenida Sur y 2da. Calle Oriente No. 1, Barrio El Calvario, Dpto. de Usulután.		
Teléfono	2366-9891		
Horario de atención	8:00 am -10:00 pm		
		Características <ul style="list-style-type: none"> ● Mercado con más presencia en el país ● Ofrece calidad en los productos ● Frescura en las frutas y verduras ● Presenta ofertas semanales ● Fruta y verduras con precios mayores que el promedio en mercado ● Ofrece variedad de productos 	
Producto	Unidad	Precio (Min –Max)	
Sazón Completa	Bote	\$3.5	
Pimienta	Bote	\$3.45	
Mayonesa	3.5 kg	\$10.22	
Mostaza	3.5 kg	\$ 5.81	
Sal	Lb	\$0.28-\$0.50	
Salsa negra	685 ml	\$3.25	
Chile	296 ml	\$2.32	

Crema de mariscos	Bolsa	\$1
Consomé	908 Grs	\$3.50-\$3.92
Azúcar	2500 Grs	\$2.25
Aceite	1500 ml	\$3.37-\$3.44
Kétchup	390 Grs	\$0.85
Jabón para lavar platos	Pastillas	\$0.25-\$0.50
Papas para Freír	Bolsa	\$1
Jabón	110 Grs	\$1.99-\$2.50
Papel higiénico	4 rollos	\$0.95-\$3.02
Bolsa para basura	5 unidades	\$0.87-\$2.19
Servilletas	100 U	\$0.75-\$1
Cucharas desechables	25 Unidades	\$0.49-\$0.75
Churros	Bolsa	\$0.75-\$1
Frijol	4 libras	\$3.76
Arroz	4 lb	\$1.99
Huevos	30 Unidades	\$3.10
Nachos	Bolsa	\$0.75-\$1
Tenedores desechables	25 Unidades	\$0.49-\$0.75
Carne Churrasco	1 libra	\$3.92
Pechuga deshuesada	Libra	\$3.42
Pollo entrepierna	Libra	\$0.95-\$1.75
Leche	Galón	\$4.34-\$4.60
Queso duro blando	400 Grs	\$4.16-\$4.51
Crema	½ Botella	\$1.42-\$1.99
Escoba	Unidad	\$1.70-\$3.45
Lejía	200 MI	\$0.10-\$18

Detergente	1000 Grs	\$1.60-\$2.50
Esponja	Unidad	\$1.07-\$1.55


Tabla 169 Proveedores de Insumos

Proveedor		Despensa de Don Juan	
Dirección	Sobre Calle el Litoral, Salida de Usulután		
Teléfono	(503) 2662-4127		
Horario de atención	Apertura 08:00 A.m. 09:00 P.m.		
	Características <ul style="list-style-type: none"> • Ofrece calidad en los productos • Frescura en las frutas y verduras • Presenta ofertas semanales • Fruta y verduras con precios mayores que el promedio en mercado • Ofrece variedad de productos 		
Producto	Unidad	Precio (Min –Max)	
Sazón Completa	100h	\$1.39	
Pimienta	55 g	\$1.39	
Mayonesa	400 g	\$1.75	
Mostaza	400 g	\$ 1.91	
Tomate	Lb	\$0.80	
Lechuga	Lb	\$0.85	
Salsa negra, Chile, Kétchup	Bote	\$1.80	
Crema de mariscos	Bolsa	\$1	

Consomé	908 Grs	\$3.50-\$3.92
Azúcar	2500 Grs	\$2.25
Aceite	750 ml	\$1.18-\$1.36
Papas para Freír	Bolsa	\$1
Jabón	Pastillas	\$0.25
Papel higiénico	4 rollos	\$3.10
Bolsa para basura	5 unidades	\$0.87-\$2.19
Servilletas	100 U	\$0.55-\$1
Cucharas desechables	25 Unidades	\$0.49-\$0.75
Churros	Bolsa	\$0.75-\$1
Frijol	4 libras	\$3.75
Arroz	400 g	\$0.90-\$1.80
Huevos	40 Unidades	\$3.50
Nachos	Bolsa	\$1.39-\$1.59
Tenedores desechables	25 Unidades	\$0.49-\$0.75
Carne Churrasco	1 libra	\$4.20
Pechuga deshuesada	Libra	\$1.89
Pollo entrecierna	Libra	\$0.95-\$1.75
Leche	Galón	\$4.34-\$4.60

Queso duro blando	400 Grs	\$4.16-\$4.51
Café Caja	50 sobres	\$3.30
Cebolla	Lb	\$0.85
Crema	½ Botella	\$1.80
Escoba	Unidad	\$1.70-\$3.45
Lejía	1 lt	\$0.95
Detergente	1 kg	\$1.75
Esponja	Unidad	\$1.07-\$1.55
Limón pérsico	10 unidades	\$1,75

Tabla 170 Proveedor despensa de Don Juan

Proveedor		Maxi Despensa	
Dirección	CA-2, Usulután		
Teléfono	6115 4194		
Horario de atención	Apertura 08:00 A.m. 09:00 P.m.		
	Características <ul style="list-style-type: none"> ● Ofrece calidad en los productos ● Frescura en las frutas y verduras ● Presenta ofertas semanales ● Ofrece variedad de productos ● Precios económicos 		
	Producto	Unidad	Precio (Min –Max)
Sazón Completa	100h	\$1.15	

Pimienta	55 g	\$1.15
Mayonesa	350 g	\$1
Mostaza	350 g	\$ 1
Tomate	Lb	\$0.65
Lechuga	Lb	\$0.75
Kétchup	Bote	\$1
Crema de mariscos	Bolsa	\$1
Consomé	908 Grs	\$3.50-\$3.92
Azúcar	2500 Grs	\$2.25
Aceite	750 ml	\$1.13
Papas para Freír	460 g	\$2.25
Papel higiénico	4 rollos	\$1.36
Combo lavaplatos	Jabón, mascón, lejía	\$1.39
Bolsa para basura	12 unidades	\$1
Servilletas	100 U	\$0.55-\$1
Cucharas desechables	25 Unidades	\$0.49-\$0.75
Churros	97 g	\$0.75
Frijol	2 libras	\$2.09
Arroz	4 Lb	\$1.99

Huevos	30 Unidades	\$3
Nachos	97 g	\$0.75
Tenedores desechables	25 Unidades	\$0.49-\$0.75
Carne Churrasco	1 libra	\$3.95
Pechuga deshuesada	Libra	\$1.89
Pollo entrecierna	Libra	\$0.95
Leche	Galón	\$4.34-\$4.60
Queso duro blando	400 Grs	\$4.16-\$4.51
Café Caja	40 sobres	\$2.25
Cebolla	Lb	\$0.75
Crema	4 Pack (93 ml)	\$0.99
Escoba	Unidad	\$1.70-\$3.45
Lejía	1 galón	\$2.40
Detergente	5 kg	\$4.75
Esponja	Unidad	\$1.07-\$1.55

Tabla 171 Proveedor Maxi Despensa

Proveedor	Mini Tienda Galo
Dirección	Carretera El Litoral Km 112, Usulután
Teléfono	2624-8190


Horario de atención	Apertura 08:00 A.m. 09:00 P.m.	
	Características Tienda al mayoreo y al detalle Ofrece calidad en los productos Frescura en las frutas y verduras Presenta ofertas semanales Ofrece variedad de productos Precios más bajos de los supermercados. Venta de plásticos	
	Producto	Unidad
Mayonesa	438 g	\$1.38
Mostaza	438 g	\$ 1.38
Aceite	750 ml	\$0.90-\$1.15
Arroz	5 Lb	\$2.25

Tabla 172 Proveedor Mini Tienda Galo

TIENDA MORENA S.A DE C.V			
FAX	2550-0011	TEL	2228-2213
	Características <ul style="list-style-type: none"> • Ventas al mayoreo • Precios accesibles • Facilidades de cotización • Variedad de productos de hogar y utensilios de cocina 		
	Descripción	Precio	

Salera 12 Oz	\$0.53
Coladores estañados 18 cm malla	\$2.76
Colador 24 (mezesa)	\$1.77
Set de azucareras con tapa	\$2.88
Azucareras de vidrio tapa acrílica	\$1.99
Set mantel individual	\$6.19
Servilleteros	\$0.40
Escurreidor de platos metálicos	\$16.81
Plato ovalado	\$1.86
Vaso acrí/ambar	\$1.15

Tabla 173 Proveedor Tienda Morena

g. Proveedores para actividades turísticas

Distribuidora probe /SPA



Distribuidora Probe, es la empresa líder e innovadora en productos, herramientas y equipos de belleza y spa, que distribuye exclusivamente marcas internacionales de prestigio, alta tecnología y calidad mundial, en todo El Salvador.

Teléfono

- (503) 2121-8000 /503) 2121-8016

Email

- info@disprobe.com25
- sac@disprobe.com

Dirección

- Blvd. de los Heroes

- Pje. San Carlos No. 157
- San Salvador, El Salvador.

Sitio Web

- <http://www.disprobe.com/>

Industrias pinta todo / juegos para niño

Industrias pinta todo es una empresa dedicada a la venta de juegos recreativos para parque y jardín Toboganes de fibra de vidrio para parque acuático Depósitos de desechos, contenedores, carretillas recolectoras Decorativos para parques, bancas y lámparas.

Teléfono

- 2258-6970

Dirección

- Carretera Panamericana Km 16 1/2 calle antigua a San Martín.

Email

- industriaspintatodo@gmail.com

Página web

- <http://industriaspintatodo.webs.com/>

TRAETELO / Kayak



Es una tienda en línea donde se pueden adquirir millones de productos originales, como equipo para deportes acuáticos entre otros. Además envían productos a domicilio en El Salvador garantizando garantía de entrega.

Página Web

- <https://www.facebook.com/Traetelo/>

Página en Facebook

- <http://sv.traetelo.com/index.php>

- **Hallazgos de los proveedores de insumos**

En el caso de los proveedores de insumos se debe tomar en consideración que la mejor opción es abastecerse en la zona de los insumos como pescado, camarón y casco de burro. La gasolina se debe abastecer en Puerto Parada ya que es más cerca el tramo para abastecerse y está ya la venden pintada.

Los proveedores de insumos diferentes a pescado camarón y curil se deberían priorizar en abastecerse las frutas y verduras en el mercado de Usulután. Para el aprovisionamiento de condimentos, arroz y demás se debería tomar en consideración las tiendas Galo y la Despensa Familiar.

Para el abastecimiento de mobiliario y equipo existen tiendas especializadas a nivel de país y en algunos casos como el Kayak y Donuts se debe buscar abastecimiento en el exterior del país.

Para el aprovisionamiento de juegos y para el área de spa se buscaron proveedores ya que en el país es difícil encontrar proveedores que sean fuertes es decir que no sean vendedores minoritarios que solo revenden los insumos y eso eleva mucho más el costo de los mismos.

El aprovisionamiento de jugos, bebidas y bebidas alcohólicas se puede hacer directamente en Puerto El Triunfo en las tiendas fuertes o con los ruteros de bebidas que llegan al Malecón cada dos semanas.



Ilustración 143 Pescado boca colorada



Ilustración 144 Bebidas

D. MERCADO DISTRIBUIDOR

Se tiene un objetivo básico de lo que conforma la distribución en un servicio turístico en general, es lograr que éste se encuentre a disposición del consumidor, en el lugar y en el momento que el consumidor lo necesita, pero el desplazamiento lo realiza el consumidor hacia el producto.

Para que el consumidor (turista) pueda adquirir el servicio turístico, es indispensable que se encuentre en la zona receptiva. En esto radica la gran diferencia entre la distribución de bienes de consumo y la distribución de los servicios: el desplazamiento lo realiza el consumidor (turista) hacia el servicio ya que el lugar de producción del servicio se convierte en el lugar de consumo del mismo.

La función de distribución en el ámbito de los servicios turísticos está dirigida a establecer vínculos y convenios entre el suministrador de satisfactores turísticos y el demandante de los mismos.

De igual manera, está encaminada a incrementar la accesibilidad del potencial consumidor a la información relativa a los servicios que se ofertan, y facilitar la forma en que pueda efectuar reservas y/o compras por adelantado.

Por lo tanto, es clave mantener una red o conjunto de puntos de venta y no limitarse únicamente al lugar propio donde se desarrolla el servicio, ya que existe una distancia física con los consumidores (turistas) y una necesidad de contar con ventas anticipadas en forma de reservaciones para no depender únicamente de las ventas del día a día.

La distribución turística gozara de las mismas características que la distribución de bienes de consumo, no obstante las propias características del sector nos lleva a adoptar una definición distinta del concepto distribución.

1. DISTRIBUCIÓN

La distribución es aquel conjunto de actividades, y esfuerzos realizados para llegar hasta consumidor final, y que tiene por objeto precisamente hacer llegar el producto (bien o servicio) hasta el consumidor.

Para que la distribución sea exitosa, el servicio debe estar a disposición del potencial comprador en el momento y en el lugar indicado.

- **Canal de distribución**

Se conoce como cadena de distribución o canales de distribución a los distintos agentes que completan las etapas para que el servicio se dé a conocer o lleguen las personas.

h. Tour Operadora

Normalmente se considera Operador Turístico a la empresa que ofrece productos o servicios turísticos, generalmente contratados por él, e integrados por más de uno de los siguientes ítems: transporte, alojamiento, traslados, excursiones, etc.

Puede ser Operador Mayorista: Si trabaja exclusivamente con Agencias de Viajes o Mayorista / Minorista en caso de ampliar su oferta al público en general, encargado de consolidar servicios, generalmente en el destino. Este proceso lleva a cabo la intermediación entre el mayorista que vende al cliente final, y el destino turístico con todos los servicios implicados en el proceso de visitación del turista. O bien provee los servicios y la intermediación coordinada directa al cliente final.

i. Características

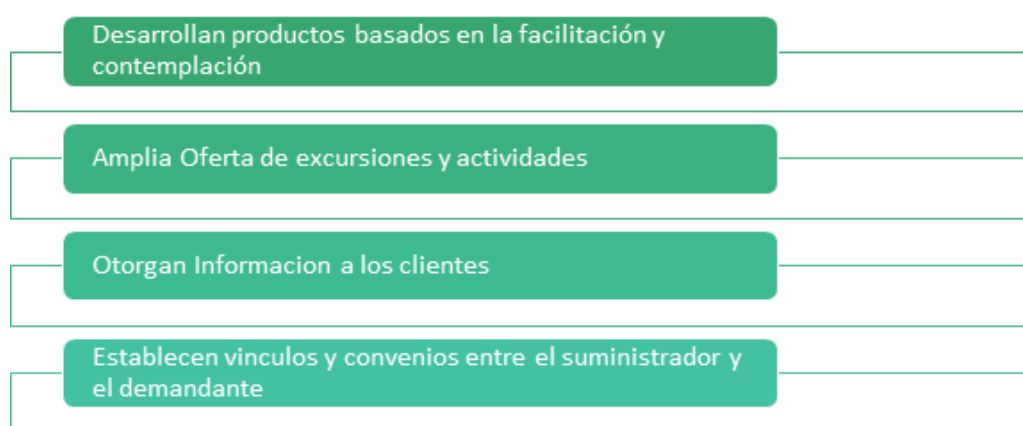


Ilustración 145 Características de distribuidores

j. Tipos de canales de distribución

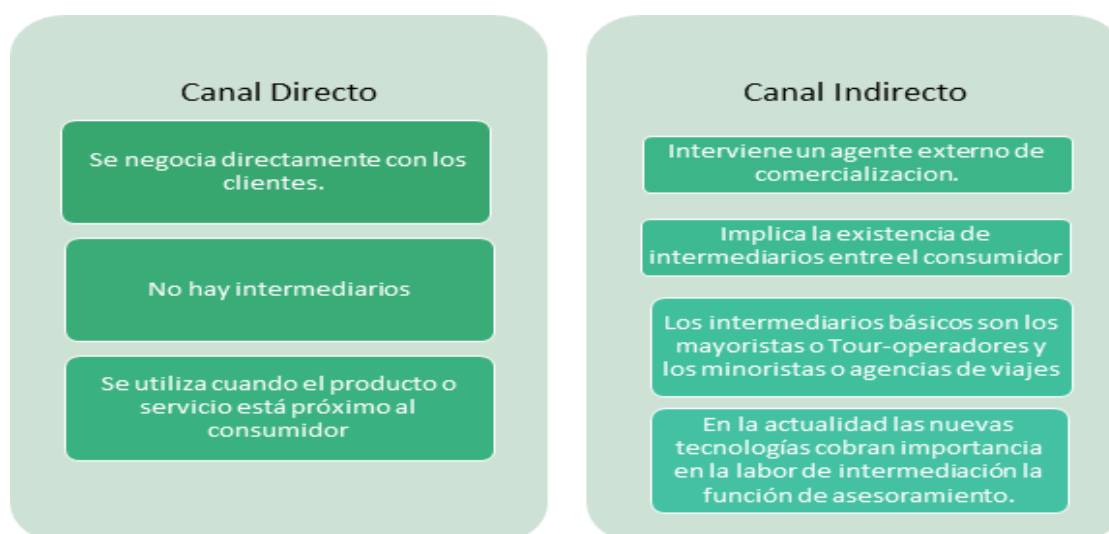



Ilustración 146 Canales de distribución

2. CANALES O REDES DE DISTRIBUCIÓN INDIRECTO

Es la estructura que se forma en el mercado turístico por el conjunto de organizaciones con el objetivo de facilitar y poner a disposición de los posibles compradores los productos de los distintos proveedores, realizando la concreción de la venta, confirmándola y efectuando su cobro.

Tour Operadores		
	<p>NOMBRE DE LA EMPRESA: Xirihualtique Tours Bahía de Jiquilisco</p> <p>NOMBRE DE CONTACTO: Brendy Romero</p> <p>TELÉFONO: 7721 - 5450</p> <p>CORREO ELECTRÓNICO: No posee correo electrónico</p> <p>PÁGINA WEB: No posee</p> <p>FACEBOOK: @xirihualtiquetours</p> <p>UBICACIÓN/DIRECCIÓN: puerto el triunfo terminal turística el malecón primera planta local 15, Puerto El Triunfo, Usulután, El Salvador</p>	<p>Es una Tour operadora residente en la Bahía de Jiquilisco, tiene 6 años de prestar servicios a turistas nacionales y extranjeros.</p>
	<p>NOMBRE DE LA EMPRESA: Dolphins Tour El Salvador</p> <p>NOMBRE DE CONTACTO: Ing. Raúl G. Castro</p> <p>TELÉFONO: (503) 2604-0014</p> <p>CORREO ELECTRÓNICO: delfinestour@gmail.com</p> <p>PÁGINA WEB: www.delfinestour.net/index.php/servicios</p> <p>UBICACIÓN/DIRECCIÓN: Tercera Calle Oriente final Quinta</p>	<p>13 años de experiencia en este rubro, especialización en varias ramas de turismo, organización de eventos y atención a empresas en el servicio de transporte terrestre y marítimo.</p> <p>Ofreciendo los siguientes servicios con profesionalismo:</p> <p>Tour en la región del golfo de Fonseca y destinos del oriente de el salvador: volcán de Conchagua, kayaking en manglares,</p>

	<p>Avenida Norte Número 3-6, Barrio El Centro, La Unión.</p>	<p>Bahía de Jiquilisco, laguna de alegría, ruta de la paz y desembocadura del río lempa.</p>
	<p>NOMBRE DE LA EMPRESA: Tours Maravillas El Salvador</p> <p>NOMBRE DE CONTACTO: Oscar Reyes</p> <p>TELÉFONO: 7162 - 9596</p> <p>CORREO ELECTRÓNICO: toursmaravillas@gmail.com</p> <p>PÁGINA WEB: www.toursmaravillas.com</p> <p>FACEBOOK: Tours Maravillas El Salvador</p> <p>DIRECCIÓN: San Salvador, San Salvador</p>	<p>Ofrecen todo tipo de turismo interno se dedican a incentivar el turismo nacional, asimismo ofrecen paseos que combinan el turismo con la naturaleza.</p>
	<p>NOMBRE DE LA EMPRESA: KG TOURS</p> <p>NOMBRE DE CONTACTO: Karla González</p> <p>TELÉFONO: 7882.0552</p> <p>CORREO ELECTRÓNICO: <u>Karla es 007@hotmail.com</u> <u>Kgtourismo@gmail.com</u></p> <p>PÁGINA WEB: No Posee</p> <p>FACEBOOK: KG TOUR</p> <p>UBICACIÓN/DIRECCIÓN:</p>	<p>Con KG Tours Hacer turismo es pasión intensa que lleva a disfrutar en destinos turísticos cautivadores.</p> <p>Cada visita es una experiencia inolvidable.</p>

	<p>San Salvador, San Salvador</p>	
 <p>SITUR Servicios Integrales de Turismo</p>	<p>NOMBRE DE LA EMPRESA: SITUR NOMBRE DE CONTACTO: Juan Ángel Landaverde Emilio Rodríguez TELÉFONO: 7086-7171 7193-1207 CORREO ELECTRÓNICO: situr2016@gmail.com PÁGINA WEB: No Posee FACEBOOK: SITUR UBICACIÓN / DIRECCIÓN: San Salvador.</p>	<p>Paquetes turísticos a todo el país de acuerdo a su presupuesto, con las mejores tarifas del mercado.</p> <p>Aventura y diversión garantizada en un ambiente de animosidad, respeto y seguridad.</p>
 <p>AvitoursDMC EL SALVADOR</p>	<p>NOMBRE DE LA EMPRESA: Avitours DMS El Salvador NOMBRE DE CONTACTO: Marisa de Hernández TELÉFONO: 2510-7640 CORREO ELECTRÓNICO: reservas@elsalvadorturismo.com.sv PÁGINA WEB: www.avitours.com.sv FACEBOOK: Avitours El Salvador Turismo</p>	<p>Con 10 años de experiencia en el ámbito del turismo, Avitours DMC pone a disposición destinos únicos dentro de El Salvador, que con la experiencia y la calidad de los servicios que proporciona Avitours DMC puede superar así las expectativas de los visitantes.</p>



	<p>UBICACIÓN / DIRECCIÓN: Av. Masferrer #139, Col. Escalón, San Salvador, El Salvador</p>	
	<p>NOMBRE DE LA EMPRESA: Cadisi Tour</p> <p>TELÉFONO: 2243 3584</p> <p>FACEBOOK: Cadisi Tour El Salvador</p> <p>CORREO ELECTRÓNICO: invertures@yahoo.es info@cadisitours.travel</p> <p>PÁGINA WEB: http://cadisitours.travel/index.php?lang=en</p> <p>DIRECCIÓN: Jardines de Guadalupe Av. Mississippi # 29 Antiguo Cuscatlán.</p>	<p>Es una empresa de turismo regional ubicada en El Salvador. Ofrecen tours coloniales, volcanes escalada, playas, sitios arqueológicos, naturaleza, ciudades, aventuras y excursiones culturales.</p> <p>PRINCIPIOS: Calidad, puntualidad, servicio, compañerismo, lealtad, la conciencia social</p>
	<p>NOMBRE DE LA EMPRESA: Náhuat Tours</p> <p>NOMBRE DE CONTACTO: Lic. Mario Domínguez</p> <p>TELÉFONO: (503) 2556-1391</p> <p>Celulares: (503) 7874-8402 (503) 7681-1450</p> <p>CORREO ELECTRÓNICO: info@nahuatours.com</p> <p>PÁGINA WEB: http://www.nahuatours.co</p> <p>DIRECCIÓN: Col. San Benito Counter Lobby Hotel Sheraton presidente, San Salvador</p>	<p>NAHUAT TOURS es una empresa que se dedica al turismo receptivo a través de la promoción de los principales atractivos naturales e históricos de El Salvador y Centroamérica. Para tal desarrolla una gama de tours clasificados en:</p> <p>Tours de ciudad. Ecoturismo. Tours de Playa. Tours arqueológicos.</p>

	<p>NOMBRE DE LA EMPRESA: TOUR BUS EL SALVADOR, S.A. DE C.V.</p> <p>TELÉFONO: 2541-3083, 7179-1503, 7179-1504;</p> <p>WhatsApp: 7818-3731</p> <p>CORREO ELECTRONICO: info.tourbus@gmail.com</p> <p>PÁGINA WEB: www.tourbuselsalvador.com</p> <p>DIRECCIÓN: 65 Av. Norte N°152 Col. Escalón, San Salvador.</p>	<p>Ofrecen Paquetes Turísticos Personalizados, Transporte Turístico y Empresaria, Servicio de Guías, Alojamiento, Asesoría en Primeros Auxilios.</p> <p>Política de trabajo: Hacer Turismo con Calidad.</p> <p>Se encuentran inscritos en el Registro Nacional de Turismo y poseen Guías acreditados por el Ministerio de Turismo.</p>
	<p>NOMBRE DE LA EMPRESA: Talapo Viajero Tours</p> <p>TELÉFONO: 2542- 5431, 7166- 9325</p> <p>PÁGINA WEB: www.talapoviajero.sv</p> <p>CORREO ELECTRONICO: talapoviajero@gmail.com</p> <p>DIRECCIÓN: Lotificación Comalapa, Numero 12-16, San Luis Talpa, La Paz.</p>	<p>Guía de Turismo en El Salvador: Hoteles, Reserva, Guías, automóviles, Transporte y tours dentro de El Salvador.</p>
	<p>NOMBRE DE LA EMPRESA: Escaladores Tours El Salvador</p> <p>TELÉFONO: 7319 4416</p> <p>CORREO ELECTRÓNICO: escaladorestours2015@gmail.com</p> <p>PÁGINA WEB: www.escaladorestours.com</p> <p>FACEBOOK: Escaladores Tours El Salvador</p> <p>UBICACIÓN/DIRECCIÓN: San Salvador</p>	<p>Escaladores Tours, es una Tours Operadora Salvadoreña, dedicada a ofrecer paquetes turísticos al más bajo precio y con la más alta calidad, ofreciendo tours dentro del territorio salvadoreño (Volcanes, Playas, Centros Arqueológicos) así como también en Guatemala, Honduras. Y Nicaragua.</p>

	<p>NOMBRE DE LA EMPRESA: Andreas Tours</p> <p>TELÉFONO: 2516-1106, 2542-1913, 25142313</p> <p>CORREO ELECTRÓNICO: andreastour@hotmail.com andreastourselsalvador@gmail.com</p> <p>PÁGINA WEB: www.toursandrea.com</p> <p>FACEBOOK Andreas Tours</p> <p>UBICACIÓN/DIRECCIÓN: Colonia Quezaltepec calle real # 24 Santa Tecla.</p>	<p>La empresa se ha consolidado en brindar servicios integrales de turismo en el país, incorporando a los ya tradicionales paquetes nacionales e internacionales, servicios de transporte, logística para el desarrollo de eventos especiales y todo tipo de asesoría relacionada con el turismo.</p>
	<p>NOMBRE DE LA EMPRESA: Skyland Tours</p> <p>TELÉFONO: 2225-9599 / 7558-7672</p> <p>CORREO ELECTRÓNICO: skylands.tours@gmail.com</p> <p>PÁGINA WEB: No Posee</p> <p>FACEBOOK: Skyland Tours</p> <p>UBICACIÓN/DIRECCIÓN: San Salvador</p>	<p>Skyland tours nace con el objetivo de promover el turismo nacional, brindando una serie de alternativas de esparcimiento con servicios de calidad.</p>
	<p>NOMBRE DE LA EMPRESA: Maquilishuat Tours</p> <p>TELÉFONO: 2502-2102, 7038 0140</p> <p>CORREO ELECTRÓNICO: toursmaquilishuat@gmail.com</p> <p>PÁGINA WEB: No Posee</p>	<p>Es una tour operadora Salvadoreña enfocada en promover el turismo de calidad, brindando las mejores y más memorables experiencias turísticas.</p> <p>Ofrecen:</p> <p>Tours nacionales e internacionales. Servicio de Guías Turísticas.</p>

	<p>FACEBOOK Maquilishuat Tours</p> <p>UBICACIÓN/DIRECCIÓN:</p> <p>Paseo general Escalón y calle la ceiba 4828 #3 San Salvador.</p>	<p>Tours privados para grupos empresariales, escolares y religiosos.</p>
	<p>NOMBRE DE LA EMPRESA:</p> <p>Sol & Tours El Salvador</p> <p>TELÉFONO: 2260 3373</p> <p>CORREO ELECTRÓNICO:</p> <p>contactenos@solytours.com</p> <p>PÁGINA WEB: www.solytours.com</p> <p>FACEBOOK: Solytours El Salvador</p> <p>UBICACIÓN/DIRECCIÓN:</p> <p>Residencial Real Miramonte, Calle Sisimiles # 3-A, San Salvador.</p>	<p>Tours Individuales o Grupales, Paquetes Vacacionales, Servicio de Guías Bilingües, Reservación de Hoteles Atención de Cruceros, Logística de Eventos y Convenciones, entre otros.</p>
	<p>NOMBRE DE LA EMPRESA:</p> <p>El Salvador Expedition</p> <p>NOMBRE DE CONTACTO:</p> <p>Lisette Alfaro / Riky Lemus</p> <p>TELÉFONO: 2526-9248 / 7850 8855</p> <p>CORREO ELECTRÓNICO:</p> <p>info@elsalvadorxpedition.com.sv</p> <p>PÁGINA WEB:</p> <p>www.elsalvadorxpedition.com.sv</p> <p>FACEBOOK: El Salvador xpedition</p> <p>UBICACIÓN/DIRECCIÓN:</p> <p>Avenida Amapola y calle los Abetos No. 23, Colonia San Francisco, San Salvador,</p>	<p>Paquetes turísticos, tours personalizados, traslados, transporte turístico y empresarial, seguros de viaje, reservación de hoteles, servicio de guías calificados: español, inglés, francés, italiano y portugués.</p>

	<p>NOMBRE DE LA EMPRESA: Eco Tours Petate</p> <p>NOMBRE DE CONTACTO: Rafael Zelaya</p> <p>TELÉFONO: 7181 9077</p> <p>CORREO ELECTRÓNICO: ecopetatetours@gmail.com zelayarafael@gmail.com</p> <p>PÁGINA WEB: ecotourspetate.com</p> <p>FACEBOOK: Eco Tours Petate El Salvador</p> <p>UBICACIÓN/DIRECCIÓN: Final Calle La Mascota y Av. Jerusalén Edif. Sunset Plaza Local 10 y 13 San Salvador.</p>	<p>Ser la primera opción del turista nacional y centro americano; para satisfacer sus necesidades, de diversión, alimentación, con calidad y seguridad.</p>
	<p>NOMBRE DE LA EMPRESA: TOURS UNIVERSALES</p> <p>NOMBRE DE CONTACTO: Beatriz Flamenco de Contreras</p> <p>TELÉFONO: 2422-0016/ 2410-1150 /2413-2002</p> <p>CORREO ELECTRÓNICO: toursuniversales@gmail.com info@toursuniversales.com</p> <p>PÁGINA WEB: www.toursuniversales.com</p> <p>FACEBOOK: Tours Universales</p> <p>UBICACIÓN/DIRECCIÓN: 2a. avenida norte 2-4, Ahuachapán.</p>	<p>Somos una empresa que ofrece servicios de turismo, ofreciendo tours de un día, paquetes y circuitos en El Salvador y C.A., ofrecemos servicio personalizado y tours a la medida. Tenemos la capacidad de atender individuales y grupos. Garantizamos calidad en nuestros servicios y asistencia a nuestros turistas.</p>

	<p>NOMBRE DE LA EMPRESA: Salvadorean Tours</p> <p>NOMBRE DE CONTACTO: Lic. Rodrigo Moreno/Gerente de Mercadeo Lic. Cecilia de Moreno/Gerente General</p> <p>TELÉFONO: 2243-6113 / 2243-6074</p> <p>CORREO ELECTRÓNICO: salvadoreantours@gmail.com</p> <p>PÁGINA WEB: www.salvadoreantours.com</p> <p>FACEBOOK: Salvadorean Tours</p> <p>UBICACIÓN/DIRECCIÓN: Centro Comercial Feria Rosa, Km.6 Carretera a Santa Tecla, Edificio B Local 101-B, San Salvador.</p>	<p>Salvadorean Tours es una compañía orientada a la excelencia en el servicio en la realización de tours, congresos, eventos y transporte. Ofrecemos tours en todo el país, visitando ciudades coloniales; caminatas ecológicas a cascadas; naturaleza; volcanes y sol y playa; rutas de Turismo Rural.</p>
	<p>NOMBRE DE LA EMPRESA: Papagayo Adventures El Salvador</p> <p>NOMBRE DE CONTACTO: Erick Gálvez/Gerente general Evaristo Amaya/Gerente de Operaciones</p> <p>TELÉFONO: 2566-2882 / 7874-5113 / 7929-6166</p> <p>CORREO ELECTRÓNICO: papagayo.booking@yahoo.com</p> <p>PÁGINA WEB: www.papagayoadventures.com</p> <p>FACEBOOK: Papagayo Adventures El Salvador</p>	<p>Empresa comprometida con el turismo receptivo, dedicados a promover los atractivos de El Salvador, naturaleza, historia, cultura, aventura y mucho más.</p>

	UBICACIÓN/DIRECCIÓN: Calle Francisco Menéndez, #1106, Col. Santa Cristina, San Salvador.	
--	---	--

Tabla 174 Tour operadores

3. LOS REQUISITOS QUE EXIGEN LAS TOUR OPERADORES SON:

- En primer lugar se debe de presentar un informe en donde se especifique: Servicios ofrece, ubicación, ruta de acceso, target al que está dirigido, atractivos cercanos al lugar y nivel de visitas al mes.
- Al informe se deben anexar fotografías de las instalaciones, los precios por servicios, el menú que ofrece (en el caso de tener restaurante).
- Una vez se presente este informe en las oficinas del operador, se evaluará que tan factible les resulta crear la alianza con el restaurante.
- Es caso de resultarles factible, son ellos los que proporcionan el transporte desde las oficinas de ellos hasta el lugar, además proporcionan un guía turístico.
- Muchas veces los Tour Operadores piden una comisión por persona que viaja.

4. CANALES O DISTRIBUCION DIRECTA

Las formas directas de promocionarse son por medio de volantes, afiches, redes sociales, fotografías, uniformes.

a. Descripción del Canal de Distribución Directo

- Promocionan con fotografías en las redes sociales sus instalaciones y bellezas del lugar.



Ilustración 147 Instalaciones de Punta Real

- Afiches digitales.



Ilustración 148 Afiche de Punta Real

- Poseen camisetas alusivas a Punta Real.



Ilustración 149 Empleado con camisa de Punta Real

b. Plataformas digitales



Ilustración 150 Plataformas digitales

Por el momento los canales directos no están siendo utilizados ya que solo se utiliza pobremente la página de Facebook no utilizan la volanteria ni afiches actualmente. Facebook: no promocionan mucho el lugar, algunas veces tiene publicaciones de otro tipo de cosas que no son en sí del centro Ecoturístico.

CAPITULO IV DIAGNOSTICO DE LA SITUACION ACTUAL DEL TURISMO EN PUNTA SAN JUAN DEL GOZO



CAPITULO IV DIAGNOSTICO DE LA SITUACION ACTUAL DEL TURISMO EN PUNTA SAN JUAN DEL GOZO

En este capítulo se realizara el diagnostico de toda la información recolectada mediante la investigación donde la lógica que abordara el diagnóstico es el siguiente: Primero se realizara un análisis de la Bahía en general posteriormente se realizara un análisis de la Punta San Juan donde está inmerso en conjunto el análisis de la Cooperativa, después se abordara el análisis de los diferentes mercados investigados donde en conjunto la información llevara al planteamiento del problema.

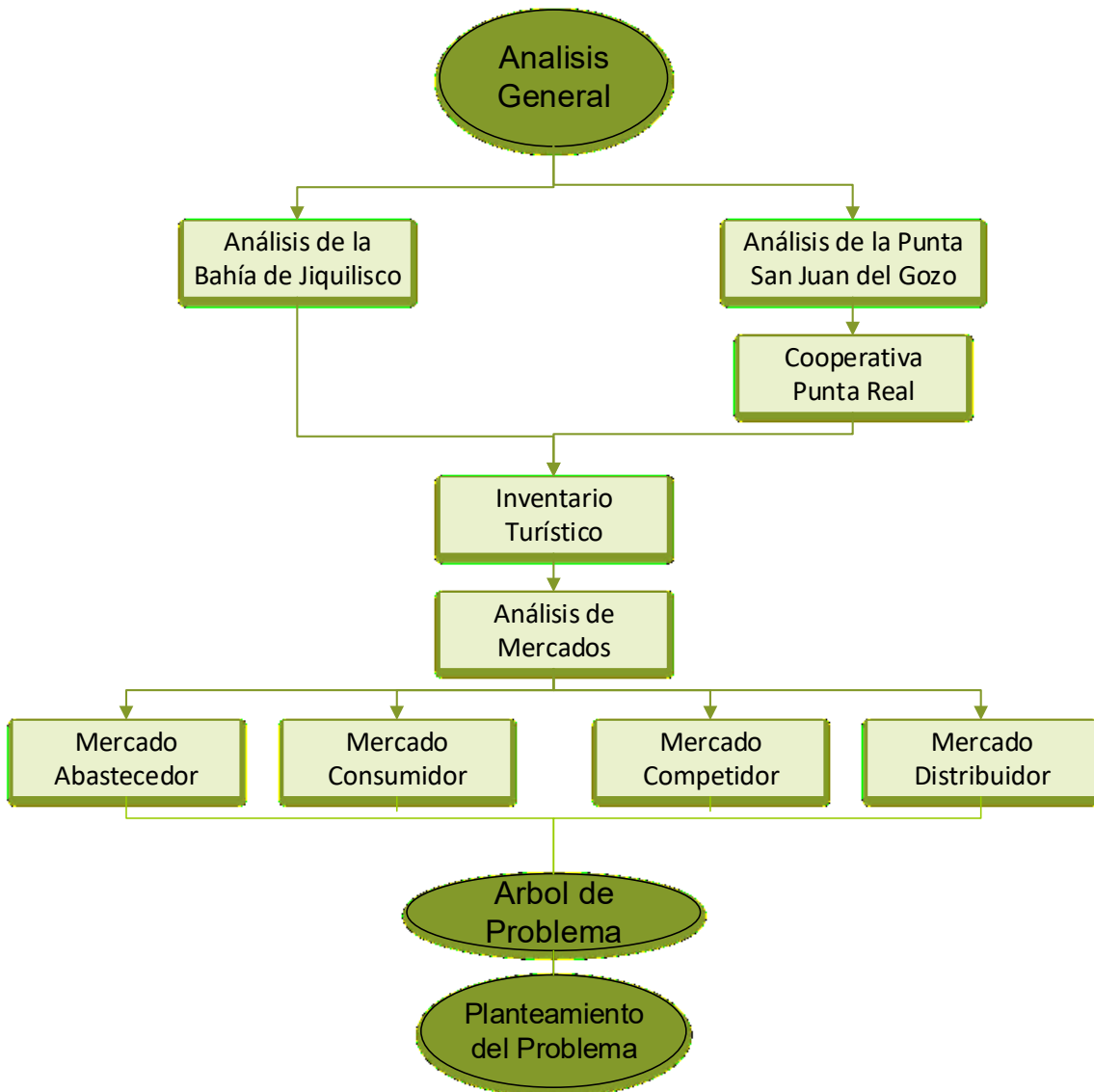


Diagrama 14 Abordaje del Diagnostico

A. ANALISIS GENERAL

El análisis se vierte en primero resumir los hallazgos más destacados de la recolección de información de la Bahía de Jiquilisco posteriormente un análisis a la zona en específico, luego se abordan los mercados para identificar puntos de mejora mediante el análisis a la competencia asimismo el análisis a los consumidores quienes ayudaran con el filtrado de sus gustos y preferencias turísticas y respecto a las actividades a desarrollar, pasando por el mercado de aprovisionamiento no solo de insumos sino de ayuda económica, técnica y demás y finalmente abordar los distribuidores quienes serán los aliados para potenciar la promoción de la oferta turística.

1. BAHIA DE JIQUILISCO

El análisis de la Bahía de Jiquilisco es integral lo que quiere decir que analiza el territorio sus características físicas, recurso humano, geografía del Municipio entre otros.

a. Territorio Bahía de Jiquilisco

La Bahía de Jiquilisco constituye la mayor extensión de agua salobre y bosque salado de El Salvador, formada por numerosos esteros y canales, barras de arena y playas, un numeroso conjunto de islas de diverso tamaño, un complejo lagunar de agua dulce y bosques estacionalmente saturados conectados con el manglar. Constituye el hábitat de la gran mayoría de aves marino-costeras del país, así como el único sitio de anidación para algunas de ellas.

b. Características Físicas

Geología y geomorfología: se encuentra situada en la llanura aluvial costera. La topografía es plana o poco ondulada. Las formaciones geológicas presentes en la zona de estudio son las siguientes: playas, barra costera con nivel antiguo de costa; depósito de estuario con o sin manglar.

c. Recurso humano

La Bahía de Jiquilisco cuenta con personal dispuesta a laborar la mano de obra si bien no es calificada las personas de la zona se caracterizan por trabajadores y por entusiasmo al momento de aprender nuevas habilidades, la mano de obra se puede capacitar para adiestrarlas y prestar un mejor servicio turístico; la mano de obra como no es calificada no es elevada en el área de hecho las personas trabajan por pagos entre \$4.00 a \$5.00 más la comida.

Diariamente. Las personas viven en las islas lo cual permite hacer uso de ese recurso, para el Centro Ecoturístico Punta Real también tiene acceso a las personas que viven en la Punta de San Juan del Gozo que es donde está ubicado el Centro Ecoturístico.

d. Geografía del municipio

La ciudad Puerto El Triunfo está localizada en el oriental departamento de Usulután, a 14 Kms de la ciudad de Usulután y a 110 Kms de San Salvador. Situado a solo 4 metros sobre el nivel del mar, se encuentra limitado al sur con el Océano Pacífico, al norte con Ozatlán, al oeste por Jiquilisco y al este por San Dionisio.

El municipio de Puerto El Triunfo posee una extensión territorial de 169 Km² y cuenta con una población aproximada de 15,092 habitantes, de los cuales 48% es población rural y el 52% población urbana.

Cuenta con el 60% de bosques salados de El Salvador, el área incluye la Bahía de Jiquilisco, en la cual se encuentran las islas de Espíritu Santo, Madresal, Península de San Juan del Gozo y Corral de Mulas.

Los habitantes de Puerto El Triunfo se dedican a actividades agropecuarias tales como producción de coco, granos básicos, frutas, caña de azúcar y a la ganadería; por estar a orillas del mar realizan actividades de pesca artesanal y extracción de moluscos (curiles); entre las actividades comerciales se cuenta con tiendas al detalle, comercialización de productos pesqueros, tiendas de repuestos varios y venta de productos para la pesca artesanal.

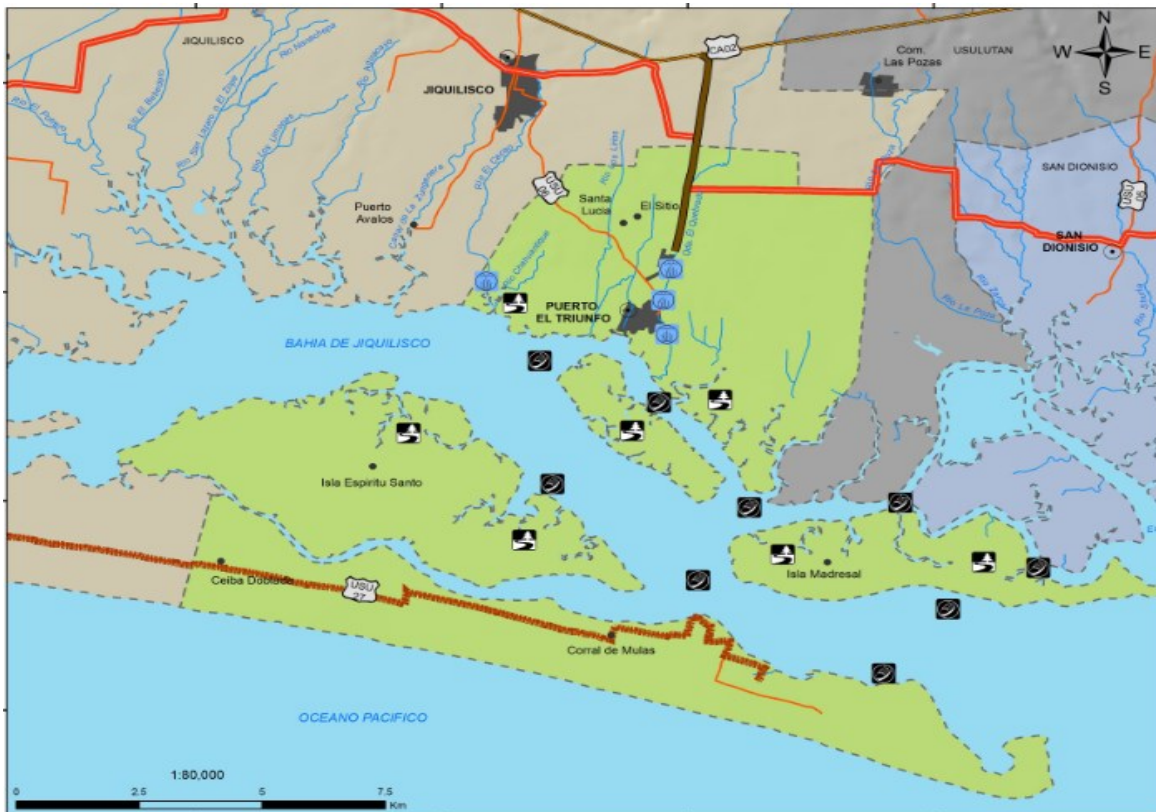


Tabla 175 Bahía de Jiquilisco y atractivos

e. Gobierno

El Salvador está impulsando el turismo por medio del Ministerio quien trabaja constantemente en promocionar los destinos que tiene el país en sus diferentes ofertas tanto Sol y Playa, Ecoturismo, Turismo de Aventura entre otros.

Esta inclusive tratando de incursionar en el Turismo Medico, promueve viajes, rutas y crea inclusive concursos para promover en la misma comunidad la movilización de ofertas e innovar en la oferta hacia los turistas por ejemplo el proyecto Pueblos Vivos, la generación de Ferias de Turismo asimismo convenios que benefician e incentivan.

- **El país cuenta con una Ley de Turismo**

Esta legislación señala que, con una inversión mínima de USD 25,000, una empresa puede calificar para ser declarada proyecto turístico de interés nacional y optar por los siguientes beneficios:

- Exención total del impuesto sobre transferencia de bienes raíces para la adquisición de los inmuebles que serán destinados al proyecto.
- Exención de derechos arancelarios a la importación de bienes, equipos y accesorios, maquinaria, vehículos, aeronaves o embarcaciones para cabotaje y los materiales de construcción para las edificaciones hasta la finalización del proyecto.
- Exención total del impuesto sobre la renta por un período de 10 años.
- Exención parcial de impuestos municipales (hasta 50%) por un período de 5 años, a partir del año fiscal en que el negocio inicie operaciones.



Ilustración 151 Bahía de Jiquilisco Fauna y Flora

2. PUNTA SAN JUAN DEL GOZO

El análisis de la Punta San Juan del Gozo unifica la información recolectada de la Cooperativa Punta Real de R.L., asimismo recaba información de la zona como son características específicas y hallazgos destacados del levantamiento de inventario turístico en la Punta San Juan del Gozo y sus alrededores.

Para comenzar se presenta el análisis de la información recolectada de la Cooperativa Punta Real de R.L.,

a. Cooperativa Punta Real de R.L.,

Nombre	ASOCIACION COOPERATIVA DE COMERCIALIZACION, APROVISIONAMIENTO, CONSUMO, AHORRO, CREDITO Y SERVICIOS TURISTICOS "PUNTA REAL"
Acrónimo	PUNTA REAL DE R.L.,
Tipo de cooperativa	Comercialización
Dirección	CASERIO PUNTA SAN JUAN, CANTON CORRAL DE MULAS II, PENINSULA SAN JUAN DEL GOZO, PUERTO EL TRIUNFO, USULUTAN.
Total de hombres	28
Total de mujeres	8

Tabla 176 Información sobre la Cooperativa Punta Real de R.L

Tomando en consideración las investigaciones realizadas a La Cooperativa Punta Real de R.L., donde se aborda aspectos como su tipo de organización, existencia de misión, visión, manuales de puestos, aspectos concernientes a los miembros de la Cooperativa niveles educativos entre otros. Se presenta a continuación los aspectos destacados de dicha investigación:

Planeación Estratégica	
Misión	Si poseen
Visión	Si poseen
Valores	No poseen.
Organigrama	No poseen un organigrama como tal pero si tienen documentado la estructura organizativa de la Cooperativa y la delegación de actividades del Centro Ecoturístico Punta Real.
Manual de Puestos y Funciones	No poseen.

Manual de Capacitación de Recurso Humano	No poseen ni han capacitado a su personal que labora en el Centro Ecoturístico Punta Real.
Manual de Mantenimiento de la Planta Turística	No poseen, solo realizan mantenimiento de los alrededores de forma ocasional cuando sienten que es necesario realizarlo pero no tienen un periodo aproximado para llevar a cabo esta labor.
Contabilidad de la Cooperativa Punta Real de R.L.,	La contabilidad se lleva en conjunto no hay una contabilización diferenciada si se llevan registros diferentes pero estos se vierten en conjunto en un Sistema Contable que les brinda Fundación Usulután II a la Cooperativa, donde se llevan en conjunto los ingresos que tiene la Cooperativa de cuotas de los cooperativistas y demás ingresos que no son propios de la prestación de servicios turísticos.
Facturación	Tienen facturas pero no las utilizan ya que contablemente no están obligados por los ingresos que percibe actualmente el Centro Ecoturístico.
Políticas	No poseen políticas establecidas.
Procedimientos	No poseen procedimientos establecidos.
Prestación de Servicios	
Formas de Contabilización	No poseen un registro de ingresos y egresos en el Centro Ecoturístico se cobra de forma manual y se registran las ventas en una libreta de notas.
Utilización de uniformes	No poseen uniformes solamente cuentan con una camisa que son utilizadas para eventos.
Recurso Humano	
Cantidad de personas	La Cooperativa cuenta con 36 miembros de los cuales trabajan de forma permanente en el Centro Ecoturístico 4 hombres y 2 mujeres.
Especialización del personal	Algunos miembros de la Cooperativa que residen en Usulután poseen educación superior es decir existen Técnicos en Ingeniería Civil, Técnicos en Electricidad, entre otras carreras, pero los miembros cooperativas que residen en la Península no poseen este tipo de especialización.
Conocimientos	Las personas que laboran en el Centro Ecoturístico Punta Real no poseen conocimientos técnicos sobre negocios, atención al cliente o elaboración de comida y bebidas; la cocinera la Sra. Lupi cuenta solo con experiencia de haber trabajado en un pequeño comedor pero no ha recibido ningún tipo de capacitación al respecto, el encargado del Centro el Sr. Ronald no tiene conocimientos de administración solo lo hace de forma empírica, el encargado de marketing y

	abastecimiento el Sr. Leonel Pérez es Técnico en Electricidad pero no posee conocimientos formales de negocio salvo lo adquirido en una pequeña tienda que tenían en su familia. Los demás miembros de la Cooperativa básicamente se mantienen al margen del que hacer.
Escolaridad	Los cooperativistas que residen en la Península de San Juan del Gozo, no poseen educación superior escasamente llegan a educación media y algunos no poseen estudios, de las personas que están trabajando en el Centro Ecoturístico Punta Real el Sr. Ronald si puede leer y escribir y puede realizar las operaciones básicas, igualmente leer pueden la Sra. Lupi, y el Sr. Leonel si posee un Técnico, los demás miembros de la Cooperativa que viven en la Península tienen escolaridad hasta 4 grado.
Atención al cliente	Ninguno de los miembros ni de la Península ni los que residen en Usulután poseen capacitación de ningún tipo en especial de atención al cliente.
Recursos Económicos	
Ayuda de entidades	Han recibido ayuda de FONDEPRO y de Fundación Usulután II, donde dicha ayuda asciende aproximadamente a \$120,000 dólares y siguen recibiendo ayudas no económicas pero si ayudas de asesorías de gestión, búsqueda de nuevos financiamientos.
Capital Propio	El capital con el que inicio la Cooperativa fue el valor del terreno en la Península más una aportación de \$500 dólares de cada miembro salvo aquellos que aportaron terreno. Actualmente el capital que manejan son las aportaciones mensuales de cada cooperativista que es de \$35.00 dólares y los ingresos que deja en aproximado el Centro Ecoturístico que son de \$4,000 dólares mensuales donde estos no son las utilidades sino los ingresos en bruto.
Aportaciones de los Cooperativistas	El terreno que es de propiedad de los miembros cooperativistas de la Península Punta San Juan fue dado en comodato por un lapso de 20 años el cual tiene una extensión de 143 manzanas.

Tabla 177 Aspectos destacados de la Cooperativa Punta Real de R.L.,

- **Manejan volúmenes de venta**

Actualmente en Punta Real no se lleva un registro de los turistas que reciben por año, solamente manejan que al mes reciben aproximadamente 200 turistas al mes, al año son 2,400 turistas. Cabe mencionar que el 75% de estos turistas se embarcan en el Puerto El Triunfo, es decir 1800 turistas al año y el 25% restante se embarcan en Puerto Parada, lo que equivale a 600 turistas al año.

- **Ingresos por ventas**

Cada paquete tiene un costo de \$20, lo que significa que al mes tienen ingresos de \$4,000, al año equivalen a \$48,000. A continuación se presenta la estructura de costos actual en el Centro Ecoturístico Punta Real.

Tomando en consideración que la utilidad que obtienen por paquete es la siguiente:

Por Puerto El Triunfo \$18.23	Por Puerto Parada \$14.73 (costo por paquete)
Por Puerto El Triunfo \$20.00	Por Puerto Parada \$20.00 (precio de venta)

Margen de Ganancia de **\$1.77 y \$5.27** por paquete.

- **Margen de Utilidad en Operaciones**

Este es uno de los indicadores de mayor relevancia, porque permite medir si la empresa está generando suficiente utilidad para cubrir sus actividades de financiamiento.

$$MUO = \frac{\text{Utilidad antes de intereses e impuesto}}{\text{Ventas Netas}}$$

Margen de Utilidad en Operaciones	
Utilidad antes de interés e impuesto	\$ 6,348.00
Ventas Netas	\$48,000.00
MUO	0.13

Tabla 178 Margen de Utilidad en Operaciones

Se puede observar en la tabla anterior que el Centro Ecoturístico Punta Real genera una utilidad en operacional del 13%.

b. Inventario Turístico de la Zona

En la Punta San Juan del Gozo, cabe destacar elementos como que posee una planta turística en operación “Centro Ecoturístico Punta Real”, posee recursos naturales y acceso también a recursos que forman parte de la Bahía de Jiquilisco con potencial para convertirse en atractivos turísticos entre los que se pueden destacar los siguientes:

Atractivos con Potencial Turístico	
Categoría	Nombre
Sitios Naturales	- Isla Pajarito - Playa la Pirraya - Canal Dos Aguas - Playa Espíritu Santo - Bocana de la Bahía - Isla Madresal - Playa Punta San Juan - Laguna Punta San Juan del Gozo - Vivero de Tortugas
Museos y Manifestaciones Culturales	- Cementerio de Barcos - Cementerio de Barcos Estero la Majadita - Cementerio de Arboles
Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	- Fabrica de Aceite de Cocos - Vivero de Concha Los Remos - Plantación de Cocos
Folklore	Fábrica de Lanchas la Pirraya
Acontecimientos programados	- Festival del Curil - Día del Pescador

Tabla 179 Categorías del Inventario Turístico

De los recursos con potencial turístico cabe destacar que 8 de esos tienen una jerarquía de 2 asimismo 8 atractivos también tienen jerarquía de 1 y solamente uno de los recursos tiene una jerarquía de 3 siendo este recurso La Bocana de la Bahía ubicada en la Península de San Juan del Gozo.

A continuación se presenta los recursos que componen la Planta Turístico con la que cuenta actualmente la Punta San Juan del Gozo la cual es parte de la Península San Juan del Gozo:

Planta Turística	
Categoría	Nombre
Esparcimiento	- Piscinas
Alimentación	- Cocina - Restaurante
Alojamiento	- Bungalós - Hamaqueros - Choza - Sombrilleros
Deportes/ Aventura	Cancha de Futbol
Otros Servicios	- Muelle

Tabla 180 Inventario Planta Turística

La planta turística actualmente no todos sus recursos están habilitados algunos están deshabilitados como son los Sombrilleros, la cancha de futbol, y ocasionalmente la piscina.

En la zona de la Punta San Juan del Gozo se da el desove de las Tortugas Baule y Golfina en periodos de Agosto en adelante, existe grandes cantidades de árboles llamados Carbón los cuales no son cuidados por el MARN ya que estos no entran en la categoría de recursos a proteger, en la Bocana aunque es uno de los máximos atractivos cabe destacarse que también es el habitat en su parte más profunda de tiburones de 4 metros de largo.

En la Península llegan bañistas que no son precisamente turistas del Centro Ecoturístico Punta Real sino que están realizando actividades recreativas en algunos de los competidores y estos los llevan a disfrutar de la playa en la Punta San Juan del Gozo debido a que en la Bahía de Jiquilisco son pocas las playas disponibles y los lugares donde se puede bañar debido a la existencia del Cocodrilo Americano pero en la Punta San Juan es una playa además de virgen ideal para la realización de dicha actividad.

c. Ventajas comparativa vrs Ventajas Competitivas para Punta San Juan del Gozo

Ventaja Comparativa: Es todo aquello que se da naturalmente sin que existencia una búsqueda del mismo por ejemplo: El Salvador tiene una posición geográfica excelente porque conecta ambos tramos de América Norte y América del Sur.

Ventaja Competitiva: Es cuando lo que tengo naturalmente le incorporó innovación, calidad, maquinaria y otros por ejemplo: El Salvador tiene posición geográfica excelente pero si no crea un Canal como el Canal de Panamá o no habilita más el Puerto está desaprovechando esta ventaja comparativa que no la convierte en competitiva.

A continuación se presentan las ventajas comparativas en el caso de la Bahía de Jiquilisco contra las competitivas que tiene Punta San Juan del Gozo actualmente:

VENTAJAS COMPARATIVAS	VENTAJAS COMPETITIVAS
La existencia de Bosques Salados o Manglares (peligro de extinción)	Actualmente no existe ninguna
La belleza Natural (paisajes)	Paseos en Lancha
Riqueza Hídrica (playas vírgenes)	La construcción del Centro Ecoturístico en la Punta de San Juan del Gozo
Hábitat natural de gran diversidad de especies marinas (peces, camarón, langosta, jaibas, anguilas entre otras)	Pesca Deportiva Creación del servicio de Restaurante
Naturalmente se da el Casco de Burro	Actualmente no existe ninguna
Hábitat natural del Mono Araña (especie en extinción)	Actualmente no existe ninguna
Área natural de desove de las Tortugas Carey	Actualmente no existe ninguna
Hogar de Aves migratorias	Actualmente no existe ninguna
Existencia de 27 Islas alrededor de la Bahía de Jiquilisco	Paseos en Lancha

Bancos de Arena	Actualmente no existe ninguna
Bocana	Actualmente no existe ninguna

Tabla 181 Ventajas Comparativas vrs Competitivas

3. MERCADO CONSUMIDOR

Para analizar este mercado se comenzara destacando que el consumidor real es aquel turista es el cliente fiel, ya que siempre elige visitar el mismo lugar por encima de otros. Entre estos tenemos los siguientes:

- Los turistas que visitan frecuentemente el mismo lugar.
- Los que recomiendan que visiten el lugar por previa experiencia.

El consumidor real es aquella persona que busca un tiempo de ocio y relajación, acompañado de una comida fuera de casa, para salir de lo habitual, desesterarse y convivir con familia y amigos en un lugar acompañado de paisajes naturales y playas.

a. Perfil del Consumidor

Es de suma importancia conocer los gustos y preferencias respecto a las actividades de turismo a las cuales ayudaran a diseñar programas de marketing acorde a las características del mercado de los turistas a los que se les desea apostar.

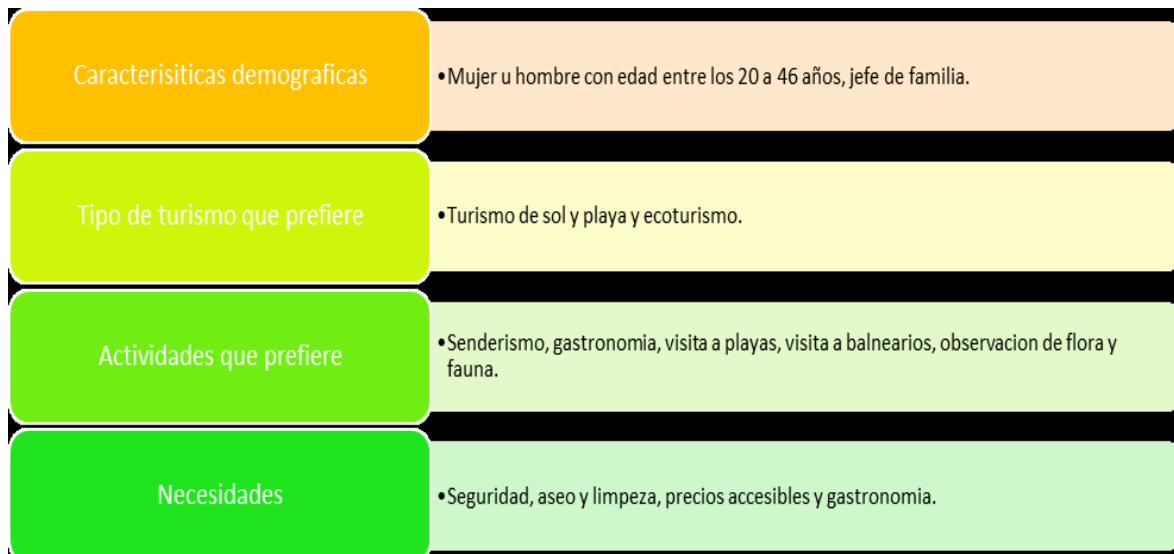


Diagrama 15 Perfil del Turista en Familia

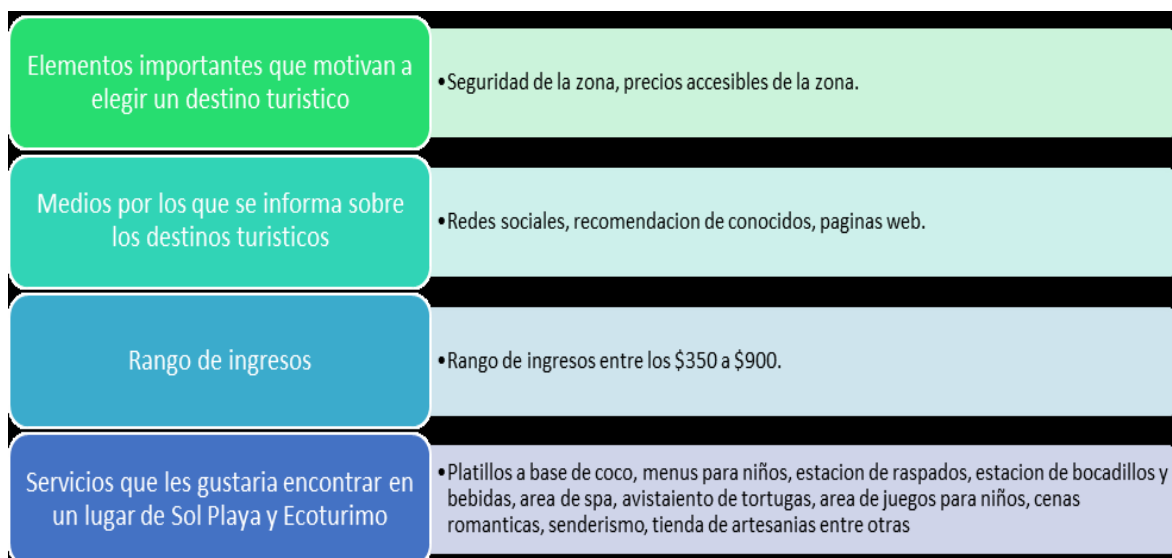


Diagrama 16 Perfil del Turista en Familia II

Turistas Jóvenes



Diagrama 17 Perfil del Turista Joven

A continuación se presenta el análisis de la afluencia turística en el Malecón los cuales permitirán identificar qué tanto es el potencial de clientes que podrían captarse y de esta

manera tener conocimiento de cuan posible será el desarrollo de la zona ya que se pueden tener atractivos y oferta turística pero si no existe quien los consuma no tiene una razón de ser lo antes mencionado.

b. Cantidad de turistas que visitaron El Malecon en 2016

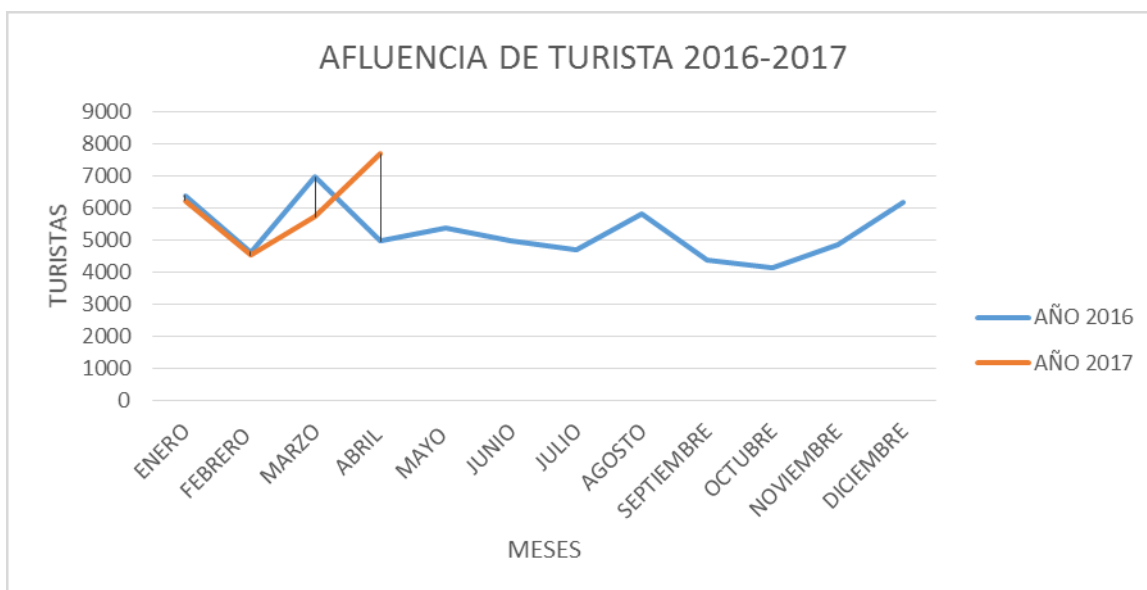
MESES	TICKETS EMITIDOS	MICROBUS DE 12 PERSONAS	MICROBUS DE 25 PERSONAS	AUTOS DE 4 PERSONAS	AFLUENCIA DE TURISTAS
Enero	1573	3	3	1567	6379
Febrero	1143	2	2	1139	4630
Marzo	1720	3	3	1714	6967
Abril	1227	2	2	1223	4966
Mayo	1328	2	2	1324	5370
Junio	1235	2	2	1231	4998
Julio	1156	2	2	1152	4682
Agosto	1431	3	3	1425	5811
Septiembre	1080	2	2	1076	4378
Octubre	1022	2	2	1018	4146
Noviembre	1197	2	2	1193	4846
Diciembre	1520	3	3	1514	6167
TOTAL DE TURISTAS EN 2016					63340

Tabla 182 Afluencia de Turistas en 2016. Fuente: Elaboración propia.

Para el Festival del Curil celebrado en Junio del año 2016, se tuvo una afluencia de turistas de 10,000, datos proporcionados por la alcaldía de Puerto El Triunfo. La cantidad de turistas en el 2016 fue de **73,340**. Estos son los turistas que llegan al “Malecón”, a continuación se presentan los turistas que han llegado hasta el 28 de Abril de 2017:

MESES	TICKETS EMITIDOS	MICROBÚS DE 12 PERSONAS	MICROBÚS DE 25 PERSONAS	AUTOS DE 4 PERSONAS	AFLUENCIA DE TURISTAS
Enero	1537	3	3	1531	6235
Febrero	1120	2	2	1116	4538
Marzo	1413	3	3	1407	5739
Abril	1909	2	2	1905	7694
TOTAL					24206

Tabla 183 Afluencia de Turistas hasta Abril de 2017. Fuente: Elaboración propia.



Grafica 5 Afluencia turística 2016 - 2017

La afluencia de turistas hasta Abril de 2017 es de 24,206. Lo que significa que hay un incremento con respecto al año 2016, ya que hasta el mes de Abril solamente se tenían 22,942 turistas.

Ahora bien en los hallazgos también fue de vital relevancia la siguiente tabla donde se muestra que las personas que se embarcan el 21% va a Punta San Juan a visitar la Playa.

Destino	Cantidad de turistas	Porcentaje
Corral de Mulas II	229	59%
Punta San Juan	82	21%
Otros lugares (Restaurante El Delphi, tour de la tortuga)	78	20%

Tabla 184 Calculo de lugares preferidos

4. MERCADO COMPETIDOR

En el mercado competidor no existe una mezcla exacta de lugares que ofrezcan sol playa ecoturismo a la magnitud que se desea desarrollar en la Punta San Juan del Gozo, las iniciativas más cercanas son Sol de Tasajera, en segundo lugar lo ocupan los lugares La Tortuga Verde en la playa el Cuco y la Tortuga Villaje en la Costa del Sol, y Los Cobanos, los demás sitios si tienen aspectos a considerarlos pero no son exactamente turísticos ya que o poseen demasiada tecnicidad o ausencia de la misma.

Existen competidores directos de dos formas el competidor directo nacional y el competidor directo a nivel de Bahía de Jiquilisco donde en base a las investigaciones se determinó el siguiente análisis:

a. Competidor Directo a Nivel Nacional

Los competidores a nivel nacional que brindan meramente Ecoturismo son La Tortuga Village, Los Cobanos, Sol de Tasajera y la Tortuga Verde estos manejan una gama de precios respecto a sus servicios de la siguiente manera:

- **Alojamiento \$30.00 a \$230 dólares**

Porque estos se encuentran en una gama de precios medios a alto donde el que tiene los precios más elevados en alojamiento es La Tortuga Villaje y Los Cobanos.

- **Alimentación \$6.00 a \$30.00 dólares**

Los precios respecto a la alimentación en cuanto a platos fuertes es similar en todos los competidores directos nacionales el pescado es el platillo común donde el precio de inicio de venta es \$6 hasta \$15.00 lo demás del rango corresponde a platos especializados mariscadas, camarones, mezcla de los anteriores incluso platillos exóticos en lugares como la Tortuga Verde y la Tortuga Village.

- **Cocteles \$4.00 a \$12.00 dólares**

Los cocteles mantiene precios casi estándares de \$4.00 a \$6.00 solamente en lugares como Los Cobanos y La Tortuga Village es que los precios son as elevados por que ofrecen cocteles incluso que llevan calamar, tiburón en conjunto.

- **Postres \$3.50 a \$6.00 dólares**

Los postres se mantienen en rangos aceptables tomando en consideración que el postre que se ofrece en la gran mayoría de competidores es sorbete combinado con pie de manzana y flan, existen variantes entre los competidores pero los comunes son los anteriores.

- **Bebida \$0.75 a \$5.00 dólares**

Las bebidas mantienen precios razonables en todas las ofertas turísticas estos son los precios que se manejan usualmente.

- **Bebidas alcohólicas \$1.75 a \$15.00**

Las bebidas alcohólicas tienen precios elevados por que van desde cervezas hasta tragos preparados pero las bebidas alcohólicas.

- **Actividades Recreativas \$5.00 a \$50.00 dólares**

Las actividades recreativas van desde liberación de tortuga hasta masajes en el área de spa.

- **Transporte en lancha desde \$20.00 dólares en adelante**

Los transportes dependen ya que algunos son por recreación ya que hacia la competencia se puede llegar con auto excepto Sol de Tasajera que se llega por medio de viaje en lancha. Los viajes y transporte no existe un precio ya que se cobra por viaje y ruta o duración del paseo.

SERVICIOS QUE OFRECEN ESTOS COMPETIDORES
Actividades acuaticas como Surf, Jet Sky entre otras.
Liberación de Tortugas
Servicios de Spa
Servicio de Bar
Paseos en lancha
Áreas de cómodas playeras

Tabla 185 Servicios Usuales de la Competencia Directa Nacional

b. Competidor Directo a Nivel de Bahía de Jiquilisco

En la Bahía se cuenta con competidores directos como Puerto Barillas, Bahía Sport, Solisal, El Delfin, Hostales de Xirihualtique los cuales ofrecen una mezcla de alojamiento, servicios de restaurante, paseos en lancha, actividades acuaticas y tienen en común estar ubicados en la Reserva Natural que es la Bahía de Jiquilisco.

- **Alojamiento \$25.00 a \$230**

El rango se mantiene así pero de los alojamientos quien posee el precio más bajo es El Delfin y Puerto Barilla es el que maneja alojamientos de \$185 por noche en adelante pero este último maneja este precio por que lo que alquila es un apartamento de doble piso equipado donde la cantidad de personas que se pueden alojar es de 2 hasta un máximo de 5 personas los demás competidores majean precios de \$45.00 en adelante.

- **Alimentación \$6.00 a \$20.00 dólares**

Los precios se mantienen en estos rangos donde cabe destacar que quienes poseen los precios más elevados son Bahía Sport y Puerto Barillas es decir que tienen platos de precios elevados pero también tienen platos de precios de \$8.00 pero la media se mantiene en precios de \$6.00 a \$20.00.

- **Cocteles \$3.50 a \$8.00 dólares**

Los cocteles se mantienen en estos precios en todos los competidores ya que depende si se pide el de casco de burro o el de camaroncillos, pero el único que tiene cocteles de casco de burro a precio de \$3.50 es El Delfin los demás inician en \$4.50.

- **Postres \$3.50 a \$5.00 dólares**

Los postres únicamente son ofrecidos en Puerto Barilla los demás competidores no ofrecen postres.

- **Bebida \$0.75 a \$4.00 dólares**

Las bebidas comienzan en el rango de \$0.75 en El Restaurante Delfin en los demás inician en \$1.00 el rango de precios donde por bebidas se entiende que ofrecen licuados

todos los competidores, sodas de vidrio, jugos del valle y frozen donde estos últimos solo los tienen Puerto Barilla y Bahía Sport.

- **Bebidas alcohólicas \$1.75 a \$6.00**

Las bebidas alcohólicas que ofrecen en la mayoría de competidores son Cervezas nacionales, los únicos que ofrecen servicios de Bar es Bahía Sport y Puerto Barillas, las bebidas preparadas se ofrecen con mayor diversidad en Puerto Barilla, en los demás solamente ofrecen Cervezas Pilsener, Golden, Suprema y Smirnoff Ice. Donde los precios más altos pertenecen a los únicos que ofrecen servicio de Bar cabe destacar que en todos los competidores las cervezas y Smirnoff Ice rondan en precios de \$1.50 a \$2.50.

- **Actividades Recreativas \$15.00 a \$50.00 dólares**

Las actividades recreativas en todos los competidores se mantienen en este rango ya que ofrecen servicio de Jet Sky, Kayak, Donuts entre otros y realizan el alquiler una hora o media hora el equipo dependiendo el gusto de los clientes.

- **Transporte en lancha desde \$20.00 dólares en adelante.**

Los transportes a lo largo de la Bahía comienzan en precios de \$20 dólares pero la mayoría de los competidores ofrecen el transporte cuando se adquiere el paquete con ellos, de no ser así los lancheros de la zona realizan viajes desde el precio inicial dependiendo el lugar al que se desea ir y el recorrido que se quiere realizar en el trayecto cabe destacar que el transporte a Punta San Juan del Gozo lo cobran usualmente a \$50.00 dólares en materia de transporte es el más elevado los demás rondan en precios más bajos si se va directamente al lugar de destino sin hacer ningún tipo de recorrido por la Bahía.

c. Competidor Indirecto Bahía de Jiquilisco

Los competidores indirectos son los restaurantes de alrededor de la bahía incluso los de la terminal turística como son el caso del Sr. Tiburón, La Mariscada, El Cayukito, Los Restaurantes Flotantes, El Restaurante Stephanie, son aquellos establecimientos que ofrecen solamente servicio de restaurante y algún tipo de paseo por la Bahía si el cliente lo desea pero estos ofrecen ese servicio complementario por medio de alianzas con lancheros o Cooperativas de la zona, el único de los competidores indirectos que es más completo es el de los Restaurante Flotantes ya que ofrecen servicios de paseos en lancha, pedalones y servicio de restaurante pero este no posee playa ni alojamiento, por eso entra en categoría de competidor indirecto asimismo los competidores indirectos cumplen la característica esencial que están ubicados en la Bahía de Jiquilisco.

- **Alimentación \$2.00 a \$25.00 dólares**

En la alimentación los rangos comienzan \$2.00 la cuales comprenden comida rápida como papas fritas, en comidas fuertes y no comidas rápidas los precios comienzan en \$4.00 dólares los cuales son pollos y los pescados comienzan en \$6.00 hasta el más caro \$11.90 de las comidas de los competidores indirectos el que posee los precios más

elevados por la diversidad de su menú es el restaurante La Mariscada con su platillo de langosta rellena de calamar y camaroncillo con un valor de \$17.90 asimismo los Restaurante Flotantes manejan precios de hasta \$25.00

- **Cocteles \$3.00 a \$11.90 dólares**

En cocteles el más caro lo ofrece el Restaurante La Mariscada con su coctel Viagra que cuesta \$11.90 los demás establecimientos tiene precios desde \$3.00 a \$9.00 los cuales varían entre ceviches y cocteles de concha.

- **Postres**

No ofrecen postres

- **Bebida \$0.75 a \$2.50 dólares**

En rangos de bebida incluye café, sodas y los más caros son los licuados los competidores que ofrecen además jugos en botella solo esa es la variedad que se ofrecen todos.

- **Bebidas alcohólicas \$1.25 a \$2.50**

Solamente ofrecen cervezas nacionales como Pilsener, ofrecen Golden, Supremas, asimismo Coronas y Heineken además de ofrecer Smirnoff Ice solamente eso ofrecen, exceptuando La Mariscada que ofrece algunas bebida como Piña Colada la cual tiene un costo de \$5.00

- **Actividades Recreativas \$5.00**

Se ofrecen solo en Los Restaurantes Flotantes y tienen un costo de \$5.00 los 15 minutos y este servicio también es ofrecido en el Malecon por algunos lancheros de forma independiente es decir no tiene nada que ver con los restaurantes que ofrecen servicios en la terminal turística.

- **Transporte en lancha desde \$20.00 dólares en adelante.**

Los transportes en lancha solo aplican si se desea ir a Los Restaurantes Flotantes, Restaurante Stefanie ya que los demás competidores se encuentran en la terminal turística de El Malecon a la cual las personas pueden llegar vía terrestre, igualmente las personas que visitan estas competencias y solicitan un paseo en lancha se ofrece comúnmente el paseo vuelta de la tortuga el cual tiene un costo de \$15.00 dólares y una duración de 15 minutos, en temas de transporte los precios también inician en \$20 dependiendo a donde se quiere ir.

d. Competidores Sustitutos

Los sustitutos se analiza que son todos los tipos de turismo diferente al que se oferta en la Bahía de Jiquilisco desde turismo religioso hasta turismo de aventura pero como no se podía abordar en su totalidad se definió que los sustitutos serian aquellos lugares que tienen oferta turística a nivel de turismo rural ya que involucran la naturaleza.

- **Alimentación \$3.00 a \$30.00 dólares**

Los lugares catalogados como sustitutos permiten desde el ingreso de comida porque muchos no ofrecen servicio de restaurante como tal ya que existen personas en los alrededores que venden alimentos exceptuando Hostal Miramundo que este si posee restaurante al igual que el Parque Ecoturístico Tehuacán.

- En cuanto a los sustitutos se sabe que muchos cobran por la entrada a sus instalaciones.
- Se pueden realizar actividades de senderismo, paseos en bicicleta, degustación de platillos, servicio de piscinas entre otros.
- Los sustitutos estudiados solos 2 ofrecen servicios de alojamiento los cuales ronda en precios de \$30.00 a \$50.00 dólares por noche.
- Las bebidas en los lugares sustitutos en los que ofrecen servicio de restaurante rondan en precios de \$1.00 a \$5.00

e. Puntos a Destacar de los Competidores en general

- Los medios que utilizan usualmente la competencia para publicitarse son uso de redes sociales incorporando promociones y concursos.
- Asimismo realizan alianzas con Tour Operadores
- Alianzas con lancheros de las zonas esto es en los competidores que aplican.
- El tipo de negocio que utilizan con el de ingresos compartidos la gran mayoría
- La oferta turística que ofrecen los competidores directos es diversificada.
- Los competidores nacionales si presentan un servicio más completo que el que presenta la Bahía de Jiquilisco.
- Ninguna oferta turística en la Bahía de Jiquilisco ofrecen postres salvo Puerto Barilla.
- Ninguna oferta turística en la Bahía de Jiquilisco ofrecen platillo o bebidas a base de coco.
- Ninguna oferta turística en la Bahía de Jiquilisco oferta áreas para realizar senderismo plenamente establecido.
- Los competidores tienen personal capacitado en atención al cliente y hacen uso de uniformes.
- La mayoría de los competidores poseen alianzas no solo el caso del transporte.

A continuación se presenta la casa de la calidad contemplando solo la competencia directa que es la que afecta de manera más significativa para obtener las áreas que hay que impulsar para ser más competitivos respecto a las demás ofertas y de esta forma lograr que se desarrolle la Punta San Juan del Gozo.

f. Casa de la calidad aplicada a la competencia directa

La Función de Despliegue de la Calidad (Quality Function Deployment - QFD) es un sistema que busca focalizar el diseño de los productos y servicios en dar respuesta a las necesidades de los clientes. Esto significa alinear lo que el cliente requiere con lo que la organización produce (Anexo 14: Metodología de la casa de la calidad).

Despliegue de la Función de Calidad (QFD) para Punta Real.

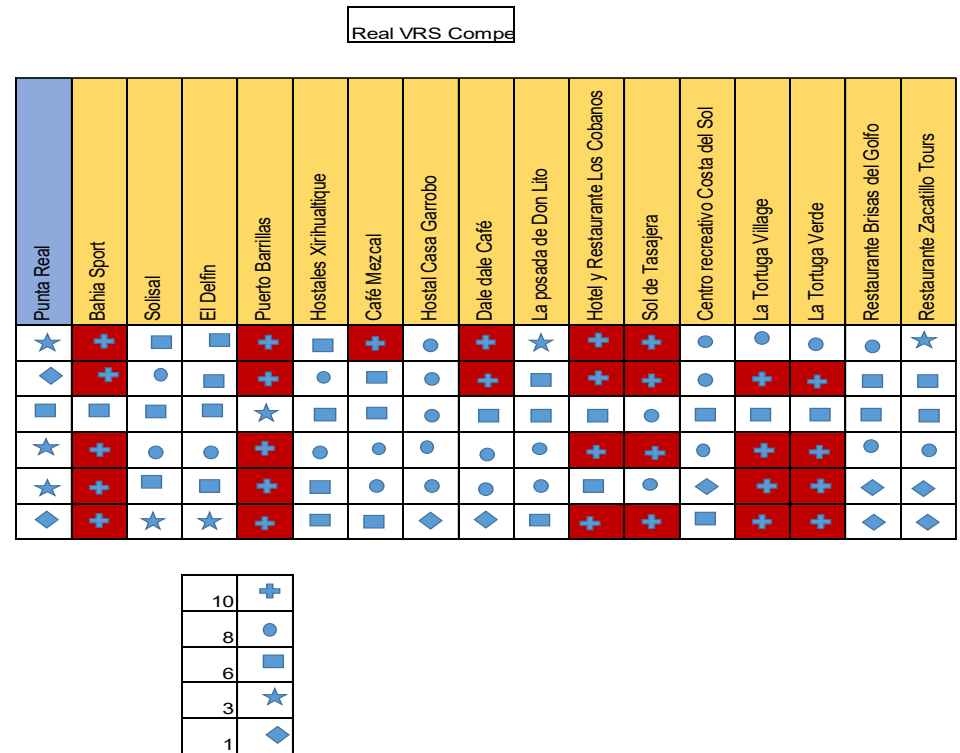
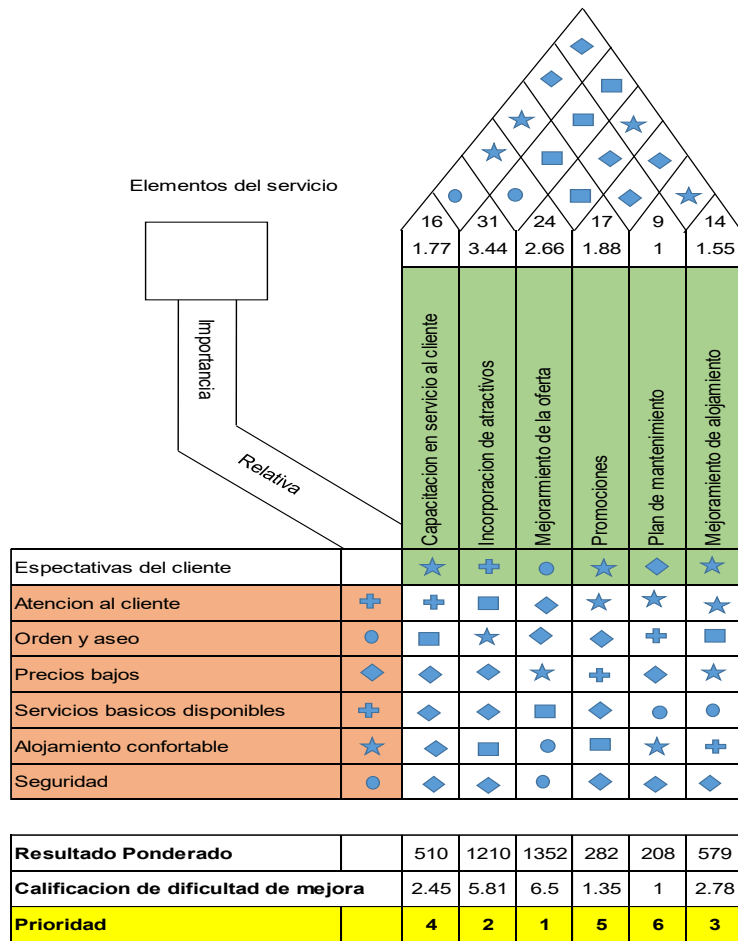


Ilustración 152 Casa de la calidad para Punta Real

La matriz QFD nos muestra los siguientes resultados:

En el como Punta Real debe satisfacer las exigencias de los clientes se debe partir por el mejoramiento de la oferta actual, posteriormente se deben incorporar nuevos atractivos, además de mejoramiento del servicio de alojamiento. También se debe capacitar al personal en atención al cliente ya que son estos los que tienen el contacto con los clientes y de los cuales se obtiene la primera impresión. Se deben crear promociones y un plan de mantenimiento.

En la evaluación de la competencia se determinó que existen competidores que cumplen en su mayoría las expectativas de los clientes, se determinó que la competencia en la zona de la Bahía de Jiquilisco que más cumple con las expectativas de los clientes son “Bahía Sport”, la cual posee ponderaciones altas en todos los aspectos a excepción de los precios bajos que tiene una ponderación baja. Se tiene también “Puerto Barillas” que cumple casi con todas las expectativas de los clientes a excepción de los precios bajos que tiene una ponderación muy baja, ya que los precios de los servicios son muy elevados.

En la competencia a nivel nacional se determinó que los lugares turísticos que cumplen con la mayoría de las expectativas de cliente son “Hotel y Restaurante Los Cóbanos, Sol de Tasajera, Tortuga Verde y Tortuga Village”.

Siendo el de mayor puntuación el lugar turístico “Sol de Tasajera” el cual está ubicado en la isla Tasajera se determinó que es una competencia grande por ser un lugar turístico el cual cumple con casi todas las expectativas del cliente en las cuales estas tienen ponderaciones altas solamente en precios bajos y comodidad es que tiene una ponderación no perfecta sino una semi alta.

Asimismo se tiene a “Hotel Los Cobanos” el cual cumple la mayor parte de las expectativas del cliente exceptuando que este tiene precios muy altos y no cuenta con comodidades necesarias.

También se tiene que el lugar turístico “La Tortuga Village”, es un competidor el cual cumple con la mayoría de las expectativas del cliente, pero en los precios bajos posee una ponderación baja, esto se debe a que los precios son muy elevados, además posee una ponderación relativamente alta en atención al cliente.

“La Tortuga Verde”, lugar turístico ubicado en el Cuco, San Miguel cumple con la mayoría de las expectativas del cliente a excepción de los precios que estos son bastante altos y la atención al cliente, el cual debe mejorar para poder cumplir con en su totalidad con las expectativas del cliente.

Se tienen lugares turísticos como Café Mezcal y Dale dale Café, los cuales cumplen con ponderaciones muy altas, un máximo de 2 expectativas, esto se debe que esta no poseen alojamiento y una buena seguridad, además de los precios que son bastante elevados.

En resumen se puede decir que los competidores con las ponderaciones más altas son Bahía Sport y Sol de Tasajera, ya que casi todas las expectativas del cliente poseen ponderaciones altas. Es por ello que Punta Real debe tomar como punto de partida los lugares turísticos antes mencionados para poder satisfacer las expectativas del cliente.

5. MERCADO DE APOYO Y SOPORTE

Todo negocio independiente del rubro necesita abastecerse de muchas maneras, entre ellas tenemos materias primas e insumos, se abastece además de soporte técnico, así como económico.

En la indagación del mercado abastecedor se determinaron aquellas instituciones que brinda soporte técnico, además de las que brindan soporte económico, a continuación se presentan algunas de estas:

INSTITUCIÓN	APOYO Y SOPORTE
Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales (MARN)	Institución de gestión ambiental, la cual abastece de información de los recursos naturales con los que cuenta El Salvador, legislación ambiental, evaluaciones ambientales
Comisión Nacional de la Micro y Mediana Empresa (CONAMYPE)	Brinda apoyo técnico a los micros y pequeñas empresas en temas como administración, producción y comercialización, además de capacitaciones en los temas antes mencionados y Asesoría en trámites empresariales y formalización de negocios.
Ayuda en Acción	Brinda soporte técnico a las iniciativas, además de facilidades en la obtención de recursos para la ejecución de proyectos
Fundación Usulután	Asistencia técnica en la gestión de las iniciativas, además de la búsqueda de fuente de financiamiento y elaboración de documentos y planes estratégicos para las iniciativas.
Policía Nacional Civil - POLITUR	Capacitaciones en seguridad turística, asistencia a guías turísticos también brinda seguridad en los más importantes destinos turísticos.
PRODEMORO	Capacitaciones, formación de jóvenes emprendedores, creación y fortalecimiento de organizaciones económicas y financiamiento de iniciativas rurales.
Banco de Desarrollo de El Salvador (BANDESAL)	Financiamiento por medio de créditos a mediano y largo plazo y por medio del fomento de turismo financiamiento a las iniciativas de turismo.
Fundación Interamericana (IAF)	Financiamiento de iniciativas por medio de donaciones.
We Effect	Apoyo técnico y económico.
Banco Interamericano de Desarrollo	Apoyo técnico y económico.
AECID	Apoyo técnico y económico

Tabla 186 Instituciones y Abastecimiento

En el aprovisionamiento de materiales e insumos se determinaron los siguientes distribuidores:

PROVEEDOR	TIPO DE APROVISIONAMIENTO
Super Selecto	Materia prima
La Despensa de Don Juan	Materia prima

Maxi Despensa	Materia prima
Tienda Galo	Materia prima
Tienda Morena	Insumos

Tabla 187 Proveedores de insumos

En el caso de los proveedores de insumos se debe tomar en consideración que la mejor opción es abastecerse en la zona de los insumos como pescado, camarón y casco de burro.

La gasolina se debe abastecer en Puerto Parada ya que es más cerca el tramo para abastecerse y está ya la venden pintada.

Los proveedores de insumos diferentes a pescado camarón y curil se deberían priorizar en abastecerse las frutas y verduras en el mercado de Usulután.

Para el aprovisionamiento de condimentos, arroz y demás se debería tomar en consideración las tiendas Galo y la Despensa Familiar.

Para el abastecimiento de mobiliario y equipo existen tiendas especializadas a nivel de país y en algunos casos como el Kayak y Donuts se debe buscar abastecimiento en el exterior del país.

Para el aprovisionamiento de juegos y para el área de spa se buscaron proveedores ya que en el país es difícil encontrar proveedores que sean fuertes es decir que no sean vendedores minoritarios que solo revenden los insumos y eso eleva mucho más el costo de los mismos.

El aprovisionamiento de jugos, bebidas y bebidas alcohólicas se puede hacer directamente en Puerto El Triunfo en las tiendas fuertes o con los ruterros de bebidas que llegan al Malecón cada dos semanas.

6. MERCADO DISTRIBUIDOR

En el mercado distribuidor en sector turismo se realiza por medio de dos canales los cuales son: el canal directo y el canal indirecto. En el canal directo es lo que hacen los negocios por ellos mismos, en los cuales se tiene Páginas Web, Facebook, entre otras plataformas digitales. Actualmente el Centro Ecoturístico Punta Real cuenta con una página en Facebook, además de un Sitio Web, la cual necesita mantenimiento.

En el canal indirecto se consideran aquellos tour operadores en la cuales ofrece productos o servicios contratados por él. Estos ofrecen servicios de restaurante, alojamiento y servicios turísticos.

Tour Operadores que ofertan la Bahía de Jiquilisco

XIRIHUALTIQUE TOURS



Es una Tour operadora residente en la Bahía de Jiquilisco, tiene 6 años de prestar servicios a turistas nacionales y extranjeros. Mayor mente oferta el Delphi y Playa Punta San Juan.

Paquetes

- **Paquete 1**

Costo: \$50 por persona

Incluye transporte al restaurante, comida desayuno, almuerzo, cenas típicas, habitación, uso de piscinas parque para niños.

- **Paquete 2**

Costo: \$40 por persona todo incluido

Paquete que incluye transporte en lancha rumbo al restaurante, comida de almuerzo (pescado, pollo, carne) bebida de una soda (coca cola, uva, fanta) cena y desayuno (comidas típicas) y habitación de 2 camas

TOUR BUS EL SALVADOR



Ofrecen Paquetes Turísticos Personalizados, Transporte Turístico y Empresaria, Servicio de Guías, Alojamiento, Asesoría en Primeros Auxilios.

- **Paquete**

Incluye: Transporte turístico, Tour en lancha por manglares e islas, bebida abordo, guía general. / No incluye Almuerzo se hace estación en Isla La Pirraya en donde el Restaurante del comité turístico tiene deliciosos platos de Pescado frito desde \$ 5.00 hasta \$ 8.00 dependiendo del tamaño.

*Recorrido

Salimos de Hotel Villa Serena hacia Usulután pasando a desayunar a Olocuilta; luego seguimos hacia Puerto Parada y embarcamos (allí se encuentra un museo que nos muestra la biodiversidad de la Bahía de Jiquilisco); se hace un recorrido en lancha por los

manglares ; haciendo estación en: Isla La Pirraya para conocer los viveros de tortugas marinas), luego vamos a Almorzar en el Restaurante del comité turístico de la comunidad (de esta forma se apoya a la localidad), luego en Isla Pajarito o Punta San Juan para bañarse y disfrutar de sus playas , luego embarcamos de regreso a Puerto Parada y regreso a San Salvador. La Pirraya es la comunidad cuna de varios de los seleccionados de la selecta de futbol playa de El Salvador. /Hora de salida de Puerto Parada 4:00 pm.

SOPHIA TOURS



Somos un grupo de inversión diversificada con énfasis en el Sector Turístico contamos con una gran historia en El Salvador, reconocida trayectoria en Viajes Por México y Centroamérica, y reciente expansión en El Mundo.

Paquete

Costo: \$39 Por Persona

Incluye: Transporte terrestre en microbús de turismo a/a, desayuno típico, uso de Bungalow sobre el agua (Punta Real), tour en lancha (Bahía de Jiquilisco)

Itinerario de viaje que ofrece esta tour operadora hacia la Bahía de Jiquilisco:

Salida a las 5:30 A.M. de Gasolinera Puma Palermo, directo a Usulután, donde desayunaremos. Luego saldremos hacia Puerto El Triunfo, abordaremos la embarcación para realizar el tour por la bahía. Posteriormente desembarcaremos en Punta Real para divertirnos el resto del día en la zona. Punta Real, está rodeada de un extenso canal y bosques de mangle, en donde anidan muchas especies de aves.

Existen además otro tipo de operadores que actualmente no ofrecen Tours en la Bahía de Jiquilisco pero que se dedican al turismo de aventura, el ecoturismo y el turismo de sol y playa se esta es una vía que se podría potenciar considerando las condiciones que muchas veces colocan los Tour operadores.

7. DIAMANTE DE COMPETITIVIDAD

Una buena técnica para verter un análisis completo de la Punta San Juan del Gozo es el Diamante de competitividad que toma en consideración todos los factores al mismo tiempo oferta demanda, restricciones, gobierno entre otros, a continuación se presenta el Diamante de Competitividad para la Punta San Juan de Gozo. Cabe destacar que este análisis engloba los apartados anteriores.

Recurso humano

La Bahía de Jiquilisco cuenta con personal dispuesta a laborar la mano de obra si bien no es calificada las personas de la zona se caracterizan por trabajadores y por entusiasmo al

momento de aprender nuevas habilidades, la mano de obra se puede capacitar para adiestrarlas y prestar un mejor servicio turístico; la mano de obra como no es calificada no es elevada en el área de hecho las personas trabajan por pagos entre \$4.00 a \$5.00 más la comida. Diariamente las personas viven en las islas lo cual permite hacer uso de ese recurso, para el Centro Ecoturístico Punta Real también tiene acceso a las personas que viven en la Punta de San Juan del Gozo que es donde está ubicado el Centro Ecoturístico.

Geografía del municipio

La ciudad Puerto El Triunfo está localizada en el oriental departamento de Usulután, a 14 Kms de la ciudad de Usulután y a 110 Kms de San Salvador. Situado a solo 4 metros sobre el nivel del mar, se encuentra limitado al sur con el Océano Pacífico, al norte con Ozatlán, al oeste por Jiquilisco y al este por San Dionisio.

El municipio de Puerto El Triunfo posee una extensión territorial de 169 Km² y cuenta con una población aproximada de 15,092 habitantes, de los cuales 48% es población rural y el 52% población urbana. Cuenta con el 60% de bosques salados de El Salvador, el área incluye la Bahía de Jiquilisco, en la cual se encuentran las islas de Espíritu Santo, Madresal, Península de San Juan del Gozo y Corral de Mulas.

Los habitantes de Puerto El Triunfo se dedican a actividades agropecuarias tales como producción de coco, granos básicos, frutas, caña de azúcar y a la ganadería; por estar a orillas del mar realizan actividades de pesca artesanal y extracción de moluscos (curiles); entre las actividades comerciales se cuenta con tiendas al detalle, comercialización de productos pesqueros, tiendas de repuestos varios y venta de productos para la pesca artesanal.

Recursos físicos

Los recursos físicos incluye los recursos naturales existentes en la zona de la Bahía de Jiquilisco, los recursos hídricos, recursos forestales y otros que son relevantes.

Recursos Naturales:

La temperatura promedio del municipio de Jiquilisco es de 36.0°C como máximo y 19.4°C como mínimo. El límite promedio superior se ha incrementado. Un estudio de 1990 del MAG tenía como promedio de temperatura máxima los 34.6°C, lo cual quiere decir que en los últimos 20 años la temperatura máxima promedio ha sufrido un incremento de 1.4°C.

Recursos hídricos:

Jiquilisco posee una enorme riqueza hídrica natural como es la Bahía de igual manera, posee ríos y quebradas además posee dos lagunas la de San Juan del Gozo y La Laguna de Aguacayo y el Centro Punta Real está precisamente en la desembocadura por un lado tiene la laguna y por el otro lado tiene la desembocadura al mar.

La Bahía presenta una extensión de 124 Km², con un área de cuenca de 795.76 Km² y un ancho de 2.5 kilómetros; esto varía dependiendo de las mareas. La longitud del canal principal es de 53 kilómetros desde la Bocana El Bajón hasta la zona de San Juan del Gozo, con amplitudes que van desde 1 hasta 3 kilómetros. Las profundidades registradas varían de los 2 a 4 metros en áreas abiertas, pero se alcanzan los 12 metros en algunos canales particularmente en las mareas altas.

Además que cuenta con 27 islas e islotes y 22.912 hectáreas de manglares (Organismo Internacional Regional de Sanidad Agropecuaria, OIRSA, 2007). En la zona se pueden observar infinidad de aves acuáticas y migratorias, reptiles, venados de cola blanca, monos arañas, tortugas marinas, loros, y otras muchas especies de un atractivo interesante y en peligro de extinción algunas de ellas.

Dicha área está en la jurisdicción de seis municipios: Jiquilisco, Puerto El Triunfo, San Dionisio, Concepción Batres, Jucuarán y Usulután. La Bahía es un lugar ideal para la contemplación de aves migratorias y nativas, desde allí se tiene las mejores vistas de la Sierra Tecapa Chinameca (Usulután - San Miguel) y el Volcán Chinchontepec (San Vicente). Su extensión hace propicios los paseos en lancha y el disfrute de los cañones formados por los manglares en toda la Bahía; así como el contacto con los pescadores de la zona, mientras realizan sus tareas. Además es muy propicia para realizar algunos deportes acuáticos. En la parte norte y noreste de la Bahía existen remanentes de selva baja de planicie costera: El Tercio, Chaguantique, Normandía y Nancuchiname. Estas son áreas naturales protegidas, que por sus características son un recurso importante para el ecoturismo, utilizándolos de manera sostenible e incentivando su conservación.

Recursos forestales:

Jiquilisco, se caracteriza por tener una gran riqueza ecológica de bosques salados o manglares, los cuales se encuentran en la costa y a su vez sirven de hábitat para la fauna que allí se desarrolla. De igual manera pueden mencionarse otros bosques no salados que son importantes para el municipio: Nancuchiname y Chaguantique, de 1,430 mz y 75 mz, respectivamente. Estos son bosques húmedos subtropicales calientes. En ellos predominan el conacaste blanco y negro, el almendro de río y el ojuste. Chaguantique.

Otros recursos relevantes:

A pesar de estar en una zona costera Jiquilisco cuenta con algunas montañas: Chaguantique, Nancuchiname, Roquinte (Chavarría), Las Flores. Así mismo se encuentran algunas islas en su Bahía: Magueyal, Espíritu Santo, Paquito, Jarras, Comichín, Ajalín, Bola de Monte.

Recursos de capital

En este están complempladas la infraestructura, la disponibilidad de capital, sectores afines y de apoyo condiciones de la demanda interior, entre otros.

Infraestructura:

La infraestructura del Centro Ecoturístico es relativamente nueva y pretender conservar el concepto de Ecoturismo, se alimenta en base a paneles solares ya que no existe servicio de energía eléctrica hasta la parte final de la zona, no existe agua dulce tampoco se debe comprar o extraer de los caseríos inmediatos al Centro Ecoturístico, cuenta con un muelle que en la zona es uno de los que posee un diseño diferente es pequeño pero que cuenta con un grado de diversificación.

Disponibilidad de Capital:

El Centro Ecoturístico surgió para mejorar la calidad de vida de las personas que residen en las inmediaciones al Centro Turístico además de favorecer a la conservación de los recursos naturales, y ayudar a generar en las personas un granito en la concientización del cuidado de la naturaleza y que aprecien más la interacción con la misma, la Cooperativa Punta Real no posee recursos para invertir en el proyecto más que el capital semilla que estos colocaron al inicio y que se ha ido reinvertiendo desde que este entro en funcionamiento, ha recibido y sigue recibiendo ayuda de INSAFOCOP quien le ha ayudado a obtener el financiamiento inicial con el que se levantó toda la infraestructura, además de contar con la concesión de terreno para 20 años por parte de las residentes de la zona ya que estos son miembros de la Cooperativa y esta fue su aportación al proyecto.

Condiciones de la demanda interior

Las personas por el tedio de la vida se ha hecho necesario el buscar destinos no solo recreativos sino también de descanso y relajación, el turismo en El Salvador va en aumento debido a la promoción que se le ha dado al mismo además de las tendencias globales donde la personas buscan conectarse más con la naturaleza y a la vez marque un diferenciador. El Ecoturismo es una vertiente nueva que se da mayormente en lugares considerados reservas naturales declaradas del país, los consumidores de este tipo de servicios son principalmente hombre y mujeres entre las edades de 20 años a 40 años que buscan relajación y a la vez deportes poco comunes o sea acuáticos, quienes demanda este tipo de servicios esperan precios accesible y comida y actividades diferenciadoras, en la zona de la Bahía de Jiquilisco se da naturalmente los productos acuícolas, pero estos deben ser comprados a grandes comercializadores quienes muchas veces colocan precios fijos lo cual genera que la comida sea muchas veces un tanto elevada en precios.

En temporadas catalogadas como altas los lugares que ofertan turismos en la zona elevan los precios ya que hay mayor afluencia de clientes y en temporada de verano el producto acuícola sufre una baja por ello se incrementan los precios de los mismos caso contrario para tiempo de invierno que estos bajan sus precios porque se da sobremanera.

Sectores afines y de apoyo

La existencia de Tour Operadores en la zona Oriental y San Salvador que deseen promocionar el lugar para obtener una estructura de ingresos compartida coloca al Centro Ecoturístico Punta Real en un dilema de disminuir el margen de utilidades a fin de establecer la mejor alianza y dado el momento en que se encuentra de darse a conocer es la mejor opción.

La incorporación de asociarse a páginas que vendan productos turísticos como TripAdvisor, Booking.com, Cupón Club entre otros que además de tener una influencia sobre mercado no solo nacional al momento de generar en las personas que compren esto le generaría mejores ingresos al Centro porque estimularía el mercado.

El Centro Ecoturístico puede proveerse de insumos no perecederos en Comercios que venden por mayoreo como Pricemart, asimismo puede suscribirse a las páginas de los principales supermercados donde se abastece para que estos le envíen constantemente las ofertas vigentes.

La materia prima de productos acuícolas si bien una parte la pueden pescar los miembros de la Cooperativa pueden acceder a establecer tratas con alguno abastecedores como Mariscos del Sur y la compra directa con los pescadores incluso.

Estrategia estructura y rivalidad de la empresa

En el sector hay centros turísticos que tiene ya un par de años en el mercado , en la Bahía de Jiquilisco más de 10 lugares entre los considerados competencia directa e indirecta donde los más fuertes de la zona son en área de servicio de comida Restaurantes Flotantes, en exclusividad Puerto Barillas, en precios bajos de comida El Delfín, en actividades innovadoras acuáticas Solisal, en infraestructura con precios relativamente alcanzables se encuentra Bahía Sport, los demás si crean competencia pero las más significativas son las mencionadas.

La gran mayoría de la competencia hacer uso de contactos con los clientes por medio de redes sociales asimismo ofrecen servicios diversificados, poseen servicios básicos, y realizan fuertes lanzamientos de publicidad y estimulación del mercado.

Elementos complementarios

CAUSALIDAD

- **Violencia:**

La violencia en el país genere que tanto el turismo nacional como internacional decaiga.

- **Contaminación:**

Que se genere la marea roja por la cual prohíban el consumo por cierta cantidad de tiempo los productos acuícolas.

- **Economía:**

Que la economía del país decaiga tanto que las personas se vean forzadas a priorizar sus necesidades básicas donde el turismo no es una necesidad básica.

GOBIERNO

El Salvador está impulsando el turismo por medio del Ministerio quien trabaja constantemente en promocionar los destinos que tiene el país en sus diferentes ofertas tanto Sol y Playa, Ecoturismo, Turismo de Aventura entre otros.

Esta inclusive tratando de incursionar en el Turismo Medico, promueve viajes, rutas y crea inclusive concursos para promover en la misma comunidad la movilización de ofertas e innovar en la oferta hacia los turistas por ejemplo el proyecto Pueblos Vivos, la generación de Ferias de Turismo asimismo convenios que benefician e incentivan.

El país cuenta con una Ley de Turismo, esta legislación señala que, con una inversión mínima de USD 25,000, una empresa puede calificar para ser declarada proyecto turístico de interés nacional y optar por los siguientes beneficios:

- Exención total del impuesto sobre transferencia de bienes raíces para la adquisición de los inmuebles que serán destinados al proyecto.
- Exención de derechos arancelarios a la importación de bienes, equipos y accesorios, maquinaria, vehículos, aeronaves o embarcaciones para cabotaje y los materiales de construcción para las edificaciones hasta la finalización del proyecto.
- Exención total del impuesto sobre la renta por un período de 10 años.
- Exención parcial de impuestos municipales (hasta 50%) por un período de 5 años, a partir del año fiscal en que el negocio inicie operaciones.

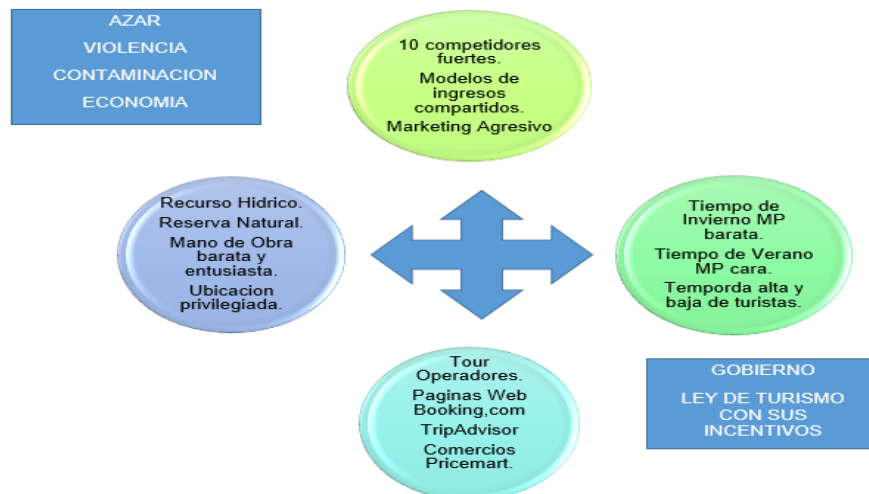


Diagrama 18 Diamante de Competitividad para Punta San Juan del Gozo

Tomando en cuenta toda la información filtrada en el apartado A de los mercados y del entorno de la Punta San Juan y considerando todas las variables destacadas en el diamante de Porter se procede a obtener la problemática central en la Punta San Juan del Gozo y sus respectivas causantes con los efectos que estas generan.

A continuación en el apartado B se establece las causas y el problema central de la zona.

B. ARBOL DE PROBLEMA

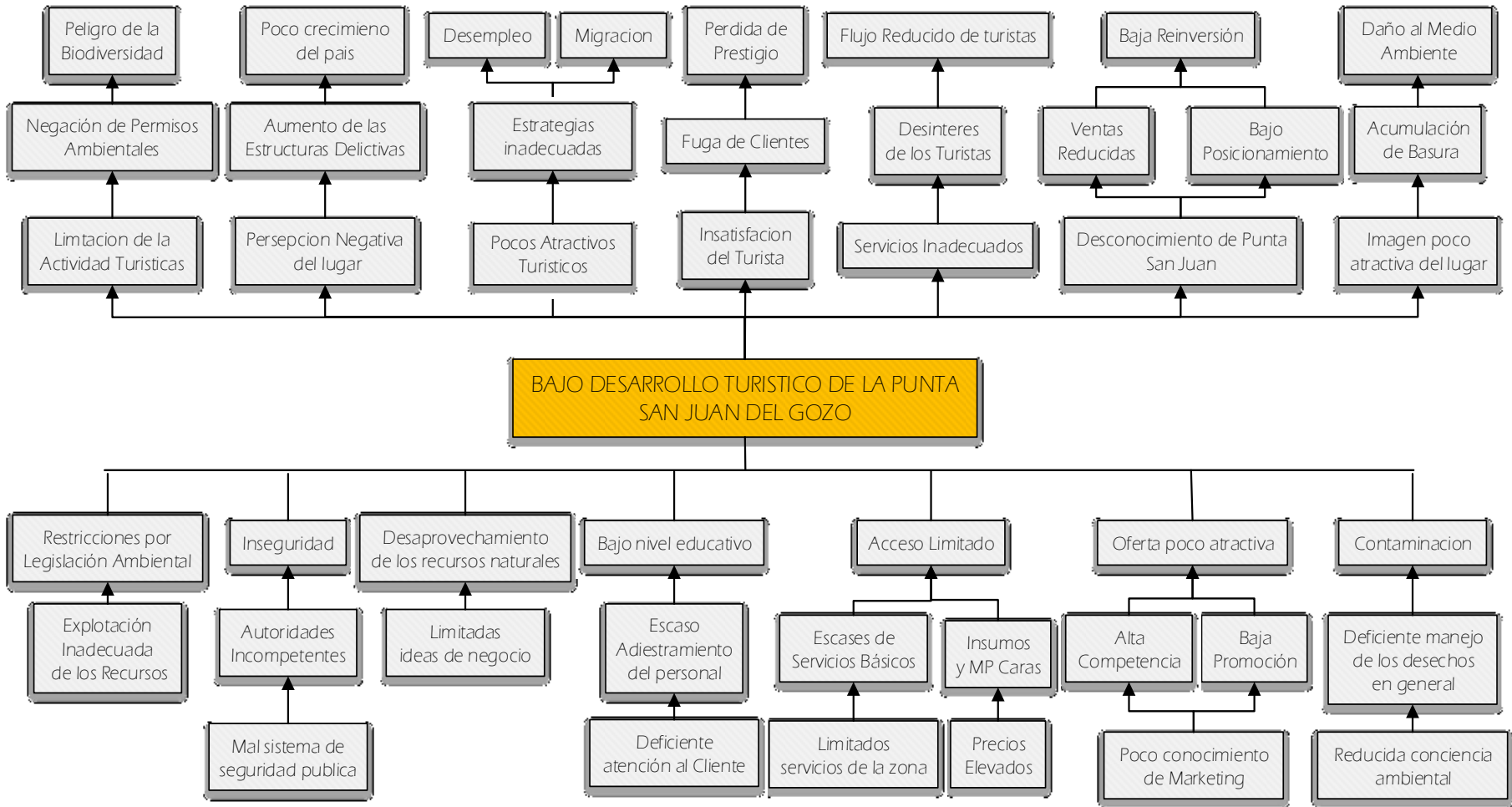


Diagrama 19 Árbol de Problemas para Punta San Juan del Gozo

1. DESCRIPCION DE LAS CAUSAS DEL PROBLEMA

- **Restricciones por legislación Ambiental**

La bahía es una Zona Protegida, y declarada Sitio Ramsar, por lo que cualquier iniciativa de modificación debe estar muy bien acompañada de los permisos legales correspondientes, tanto que la explotación de los recursos naturales normalmente solo son autorizados para que efectúe por organizaciones cooperativas que contribuyan a la mejora de las condiciones de vida de los habitantes pero que se asegure la preservación del medio ambiente.

Con respecto a las legislación ambiental existen diferentes instituciones que ayudan a supervisar cualquier iniciativa de desarrollo turístico, y a su vez controlan y dan soporte a las comunidades para contribuir al desarrollo de forma segura, como la POLITUR, MINSAL, MAG, OSN, MARN, entre otros. Que son encargados de formación de los estatutos y velar por su cumplimiento.

Efecto principal: Limitación de la Actividad Turística

Condiciona todas las iniciativas de turismo a supervisión, y aprobación, siempre que se demuestre que esta iniciativa no perjudicara el ambiente y se tiene contemplada alguna medida de acción o programa para contrarrestar cualquier impacto negativo.

- **Inseguridad:**

A pesar de las últimas declaraciones de la Secretaria de la Republica lunes 13 de febrero, donde aseguran que el plan de medidas extraordinarias para el control e eliminación de la delincuencia han surtido efecto reduciendo los niveles de homicidios en el país a un 50%, siempre existen zonas que por su ubicación remota no se encuentran bajo un estricto control de seguridad. Y San Juan del Gozo es una de ellas. Según los pobladores en diciembre de 2017 se registraron diferentes homicidios en la zona. El país en general enfrenta una etapa de conflicto interno entre los cuerpos de seguridad nacional y las pandillas. El fenómeno de las pandillas es bien sabido que esta originado por la falta de empleo, bajo nivel de educación, pocas oportunidades de crecimiento y otras. Y aunque la comunidad completa se ha unido para tratar de mantener alejados a los que pertenecen a estos grupos delincuenciales siempre se tiene ese temor de visitar un lugar poco conocido y que las noticias referentes a la zona no son muy favorables.

Asimismo en la Bahía de Jiquilisco la PNC – POLITUR están trabajando en mejorar la seguridad de la población y los turistas donde tal esfuerzo se está viendo reflejado en la disminución de los niveles de homicidios, robos y hurtos en la zona.

Tanto que en 2016 solo se reportaron 23 homicidios de los cuales 2 fueron en la Bahía en hurtos y robos no se suscitaron ninguno en El Malecón e islas solo en la zona de afuera del Municipio que se dieron 24 robos y 32 hurtos, en lo que va del 2017 hasta la fecha de abril se reportaban 4 hurtos y 2 robos pero en las afueras del Municipio y solamente 2 homicidios 1 en la Bahía no más.³³

³³ Datos Proporcionados por el Sub Inspector de la Policía Nacional Civil de Puerto El Triunfo

Efecto principal: Percepción Negativa del Lugar

Debido a los altos índices de violencia a nivel nacional y a los reportes de incidentes ocurridos en la zona, pero también se atribuye la poca publicidad de los logros alcanzados por los cuerpos de seguridad nacional para erradicar la violencia.

- **Desaprovechamiento de los recursos naturales:**

La Bahía de Jiquilisco, está catalogada como reserva natural, ubicada en el departamento de Usulután, cuenta con una variedad de flora y fauna característica de Humedales que en si conforman un ecosistema de gran tamaño y su peculiaridad da origen a declararla como un área protegida. Pero no restringida para el aprovechamiento de sus recursos de manera responsable. La bahía cuenta con acceso al mar, se tiene una variedad de especies marinas para la alimentación y también para la contemplación o incluso para el paisajismo o pesca artesanal. La extensión de masa de agua que constituye la bahía está rodeada por muchos manglares de diferentes variedades y también por anfibios y reptiles predadores naturales. Así como medusas y una mezcla de agua salada y dulce al encontrarse con las corrientes de mar.

La Punta San Juan del Gozo, cuenta con recursos naturales que forman parte de la Bahía de Jiquilisco, los cuales no se están aprovechando en su totalidad, si bien la Cooperativa Punta Real de R.L., ya hace uso de estos recursos por medio de la construcción del Centro Ecoturístico Punta Real, el cual recibe un aproximado de 200 turistas al mes lo que equivale a un flujo turístico aproximado de 2400 individuos al año; si bien esta cifra es aceptable pero no es suficiente para el potencial que posee la zona.

Efecto principal: Pocos Atractivos Turísticos

La percepción de los turistas que en la Bahía existen pocos atractivos que motiven la visita al lugar por no hacer buen uso de estos.

- **Bajo nivel educativo:**

El crecimiento poblacional en el país, y la diversidad social sorprende la capacidad de los salvadoreños a adaptarse a diferentes ambientes. Y la Bahía no es la excepción. Actualmente en la Bahía viven una gran cantidad de familias, en su mayoría se centran en la actividad comercial de la pesca, y el nivel educativo es por debajo del promedio.

En la Punta San Juan, habitan 12 familias donde estas se componen aproximadamente de 4 miembros por hogar, donde la mayoría solo poseen educación básica lo cual genera un impacto negativo en el desarrollo de la zona, ya que estos al no tener los conocimientos, la atención al cliente es deficiente.

Esta limitante se puntualiza primeramente en la Falta de programas especializados en formación empresarial y técnico vocacional en servicios de turismo en la zona, situación que se presenta tanto en las personas que manejan las iniciativas de Turismo Ecológico, así como también al personal operativo, dado que no cuentan con los conocimientos

técnicos necesarios para desarrollar dicha actividad de manera apropiada, restando valor a la oferta turística que ofrecen.

Este panorama es resultado del desconocimiento y limitado acceso a los programas de apoyo a actividades de turismo rural comunitario que existen.

Inclusive en la Punta San Juan del Gozo no existen escuelas, los niños que desean estudiar deben ir a las Islas vecinas como la Pirraya y El Espíritu Santo actualmente en la Punta San Juan solamente 10 niños van a la escuela.

Efecto principal: Insatisfacción del Turista

En cuanto al Sector Servicios, la atención al cliente es la principal herramienta y atractivo que debe poseer un destino turístico, pero en estas condiciones la Atención al cliente no es la idónea.

- **Acceso limitado:**

La zona se encuentra a 123 km de san salvador, aproximadamente tres horas en vehículo y la zona de la bahía está conformada por la Península y también por islotes e islas de diferente tamaño que para acceder a estos es necesario emprender un viaje en lancha donde la zona más alejada se encuentra a 40 min. El único acceso es por agua y a través de lancha

En la Península, en la parte de la Punta San Juan, es la última parte de tierra que conforma la bahía, por lo que trasladar los servicios básicos hasta esta zona implica un trabajo muy grande que aún no ha sido ejecutado.

Las personas no poseen servicio de agua potable sino que se abastecen haciendo posos artesanales los cuales dan una mezcla semi salada, energía eléctrica no hay en la zona solo se aprovisionan de energía por medio de paneles solares los cuales fueron adquiridos con ayuda de FIAES en la zona.

En la zona se encuentran lugares que ofrecen materiales de construcción, Materia prima para elaboración de platos de comida, bebidas, insumos y demás. Esto con el auge de pequeños negocios que aprovisionan a toda la zona de la bahía con la mayoría de recursos que son trasladados desde la cabecera departamental. Sin embargo no en el municipio de Puerto el Triunfo no se cuenta con todos los implementos necesarios, en ocasiones es necesario abastecerse de productos viajando hasta de Usulután.

Lamentablemente el traslado de materiales es uno de los obstáculos más grandes a superar. Por la distancia, el costo del flete, el tiempo que tarda y la capacidad de carga que soportan las lanchas pesqueras o lanchas de turistas, que son las que ofrecen el servicio de transporte.

Efecto principal: Servicios inadecuados

Esto incluye la disponibilidad de servicios básicos como, agua potable, energía y un buen surtido de alimentos y artículos varios que necesarios para brindar comodidad.

- **Oferta poco atractiva:**

Las fuentes de empleo escasas y las oportunidades de mejorar los ingresos familiares son a través de las temporadas vacacionales donde se aprovecha la afluencia de turistas pero que se ve limitada por la gran cantidad de oferta que se maneja para la temporada y por ser la actividad principal de todas las familias del lugar. A pesar de las extensiones de terreno y clima favorable así como el agua cristalina y la flora y fauna que la rodea, se tiene la limitante que esta área por sí sola no ofrece mayor atractivos turísticos, incluyendo que en la Punta San Juan ya tiene desarrollada una infraestructura para atención al cliente, pero más que todo se limita a servicio de restaurante y en ocasiones alojamiento. La falta de conocimiento limita la implementación de nuevas actividades para los turistas. Algunos de los pobladores intentan conformar sus propias ideas de negocio brindando algunos servicios. Actualmente no se aprovecha el potencial ofreciendo servicios que llamen la atención del cliente como una experiencia de senderismo, actividades recreativas acuáticas inclusive la existencia de un platillo que solo se encuentre en ese lugar no existe oferta diversificada como la que ofrecen algunos competidores de los alrededores.

Efecto principal: Desconocimiento de la Punta San Juan

En la Punta San Juan no existe un elemento de atracción sobresaliente, que llame la atención de los turistas como para decidir viajar hasta esa parte de la bahía.

- **Contaminación:**

El bajo nivel educativo, y la falta de un programa de concientización sumado a la afluencia de turistas irresponsables arroja a las aguas una cantidad considerable de desperdicios, basura no degradable y biodegradable, lo que genera contaminación en la zona, tanto en tierra como en el agua, poniendo en riesgo la salud de los animales marinos. Además de provocar doble trabajo para los pobladores que realizan la limpieza en las orillas de la Bahía, situación que por la extensión de la tierra no siempre es posible mantener limpias las orillas y libre de contaminación. Esto genera un desorden visual para los turistas. En la Bahía no se realizan actividades de reciclaje ni aprovechamiento de desperdicios biodegradables.

Efecto principal: Imagen poco Atractiva

La acumulación de basura en ciertas zonas de la playa da el aspecto de basurero por los grandes promontorios de basura. Condición que no es agradable para ninguna persona que visite la Punta San Juan.

C. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Punta de San Juan del Gozo por sus recursos naturales, se distingue un gran potencial turístico en conjunto con diferentes atractivos que posee la Bahía los cuales no están siendo aprovechados de forma adecuada por la comunidad de la Punta de San Juan del Gozo, comunidad que forma parte de una cooperativa con la que se pretende promover el Ecoturismo de forma sustentable y que ha iniciado un proyecto con el levantamiento de una infraestructura para la atención al turista, pero esta inversión no es suficiente para aprovechar al máximo los recursos naturales con los que se cuenta, ya que no existe ideas de claras de administración de negocios y la afluencia de turistas es relativamente baja, es aquí donde la Cooperativa Punta Real de R.L., tener un alto desarrollo turístico en la zona, y ayudar al mejoramiento de la vida de los miembros cooperativistas como las personas de la localidad que pueden verse beneficiadas.

Analizando las causalidades se puede determinar que la problemática central es el Bajo Desarrollo Turístico en la Punta San Juan del Gozo, el cual se acrecienta por el bajo índice de desarrollo humano en la zona rural de Puerto El Triunfo, donde se puede revertir de forma favorable por medio de un Plan de Desarrollo Turístico ya que este comprende no solo el estudio interno y externo a la zona sino que plantea una mezcla de estrategias, programas y proyectos que en conjunto potencian el desarrollo de una localidad en específico.

D. INDICE DE DESARROLLO HUMANO

Para la elaboración de un Plan de Desarrollo Turístico para la Cooperativa Punta Real de R, L., se debe tomar en consideración el aspecto relacionado al Índice de Desarrollo Humano donde este tiene como centro a las personas, sus oportunidades y libertades para el gozo de una existencia saludable, duradera y con un nivel de vida decoroso, en un marco de equidad dentro los diferentes grupos sociales, entre hombres y mujeres, y entre las diversas generaciones³⁴.

A continuación se presenta el Índice de Desarrollo Humana para el área rural del Municipio de Puerto El Triunfo el cual se encuentra en el Almanaque 262 del año 2009 siendo este el más reciente con el que cuenta el país.

Donde este servirá para valorar aspectos que son más significativos para la población de la zona rural como es el caso de los habitantes de la Punta San Juan del Gozo donde la erradicación de los mismo no dependen del Plan de Desarrollo Turístico, pero si pueden abordarse algunas estrategias que pueden contribuir a que algunos de estos se puedan mejorar.

³⁴ “Indicadores municipales sobre desarrollo humano y Objetivos de Desarrollo del Milenio. El Salvador 2005” Informe 262. PNUD 2005.

Indicadores socio-económicos	Total	Urbano	Rural	Masculino	Femenino
Número de personas	16,584	9,601	6,983	8,005	8,579
Número de hogares ¹	4,225	2,500	1,725	2,619	1,606
Escolaridad promedio (en años)	4.3	4.7	3.8	4.4	4.3
Tasa de alfabetismo adulto (mayores de 15 años)	70.5	73.3	66.6	74.4	67.1
Tasa bruta de escolaridad parvularia [ODM]	39.1	37.0	42.3	39.6	38.6
Tasa bruta de escolaridad primaria [ODM]	90.3	92.0	88.2	89.3	91.4
Tasa bruta de escolaridad media [ODM]	21.9	24.9	18.1	20.1	23.7
Porcentaje de personas receptoras de remesas	18.2	17.9	18.6	14.9	20.0
Porcentaje de hogares con déficit habitacional	40.7	29.3	57.3	na	na
Porcentaje de hogares con acceso a agua (dentro de casa) [ODM]	44.0	66.6	11.2	na	na
Porcentaje de hogares con acceso a alumbrado	90.0	93.6	84.8	na	na
Porcentaje de hogares con acceso de servicio de recolección de basura	30.2	50.5	0.8	na	na
Porcentaje de hogares con saneamiento por alcantarillado [ODM]	30.3	47.2	5.9	na	na
Porcentaje de hogares que utilizan leña para cocinar	25.7	11.5	47.7	na	na
Porcentaje de hogares en viviendas sin título de propiedad	18.9	17.9	20.2	na	na
Porcentaje de hogares con servicio de internet [ODM]	1.2	2.0	0.1	na	na
Porcentaje de hogares con servicio de teléfono [ODM]	34.4	41.6	23.9	na	na

¹Los datos por sexo se refieren al número de hogares según sexo del jefe del hogar. [ODM]: Indicador relacionado con los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

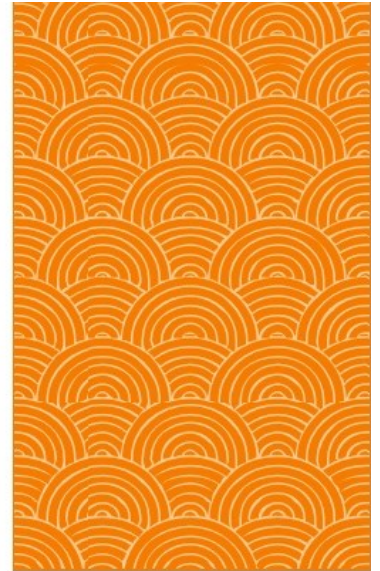
Tabla 188 Índice de Desarrollo Humano en Puerto El Triunfo³⁵

En este apartado se diseña la solución a la problemática encontrada en el capítulo de diagnóstico, donde esta solución pretende solventar las causantes del problema siempre y cuando estas sean posible de solucionar y no dependan de instancias superiores como el Gobierno.

Teniendo en consideración que el índice de Desarrollo Humano correspondiente a la zona rural se establecerá algunas estrategias a seguir que si bien no erradicaran sus carencias pero si contribuirán al mejoramiento de ciertos aspectos de su calidad de vida.

³⁵ Fuente PNUD – 2009 Almanaque 262

CAPITULO V DISEÑO DE PLAN DE DESARROLLO TURISTICO DE LA COOPERATIVA PUNTA REAL



CAPITULO V DISEÑO DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO DE LA COOPERATIVA PUNTA REAL

La Punta de San Juan del Gozo por sus recursos naturales, se distingue un gran potencial turístico en conjunto con diferentes atractivos que posee la Bahía los cuales no están siendo aprovechados de forma adecuada por la comunidad de la Punta de San Juan del Gozo, comunidad que forma parte de una cooperativa con la que se pretende promover el Ecoturismo de forma sustentable y que ha iniciado un proyecto con el levantamiento de una infraestructura para la atención al turista, pero esta inversión no es suficiente para aprovechar al máximo los recursos naturales con los que se cuenta, ya que no existe ideas de claras de administración de negocios y la afluencia de turistas es relativamente baja, es aquí donde la Cooperativa Punta Real de R.L., debe trabajar en tener un alto desarrollo turístico en la zona, y ayudar al mejoramiento de la vida de los miembros cooperativistas como las personas de la localidad que pueden verse beneficiadas.

Para establecer los diferentes componentes que tendrá el Plan de Desarrollo Turístico los cuales serán los diferentes programas, se debe comenzar por definir la Planeación Estratégica que se debe implementar para que se logre el desarrollo turístico, donde en la planeación estratégica se definirá la misión, visión, valores, objetivos y líneas estratégicas que debe tener la Cooperativa Punta Real donde cabe mencionar que la misión y visión ya están establecidas en la Cooperativa solo se solventara los demás elementos que no están definidos.

Para el diseño del plan de desarrollo turístico este estará compuesto por los siguientes programas:

- Programa de organización y administración.
- Programa del producto turístico.
- Programa de gestión de relaciones y cooperación.
- Programa de calidad turística y sostenibilidad ambiental.
- Programa de señalización turística.
- Programa de contingencia.

A. ESQUEMA DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO

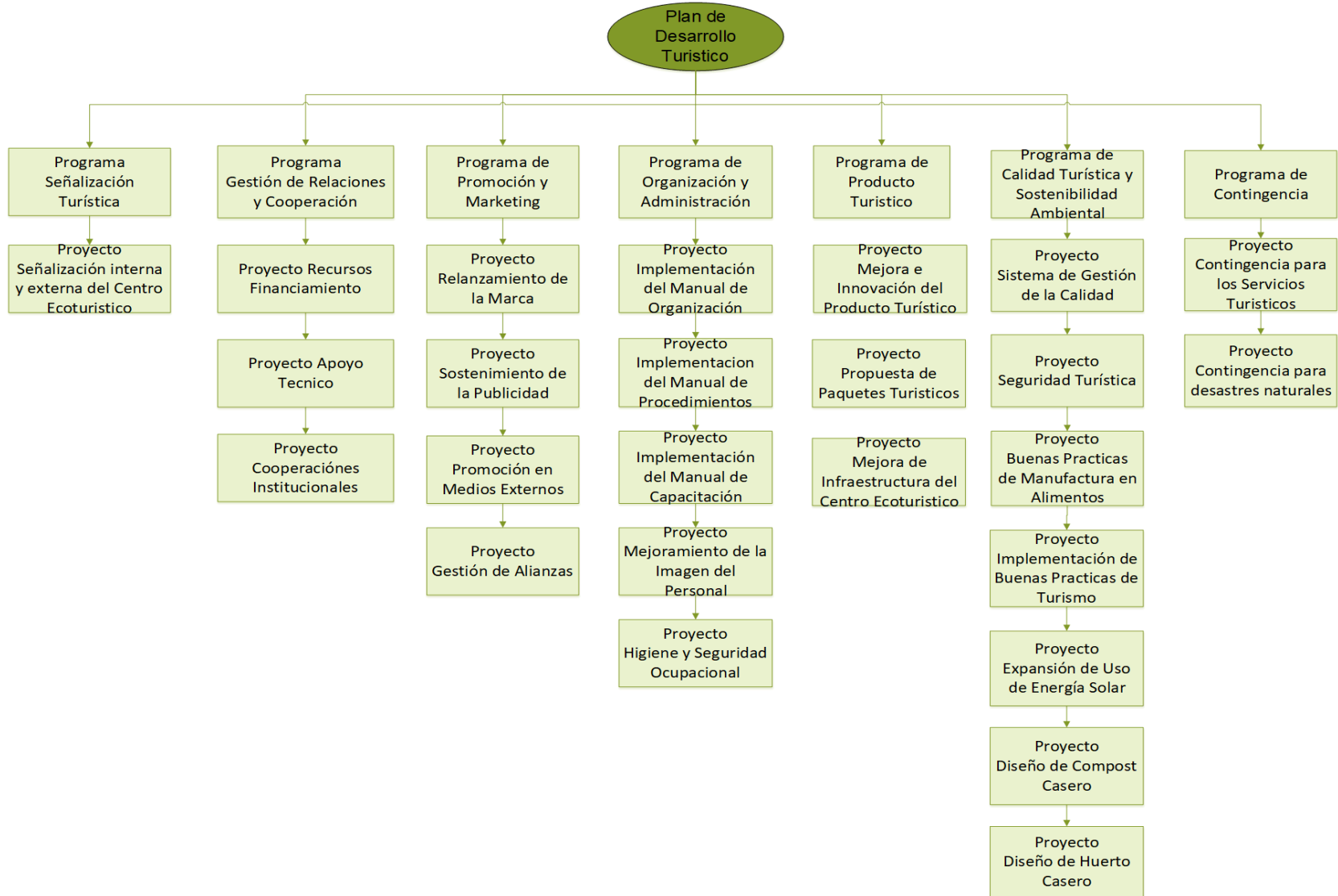


Ilustración 153 Esquema del plan de desarrollo

B. INTERACCIÓN DE LOS COMPONENTES DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO

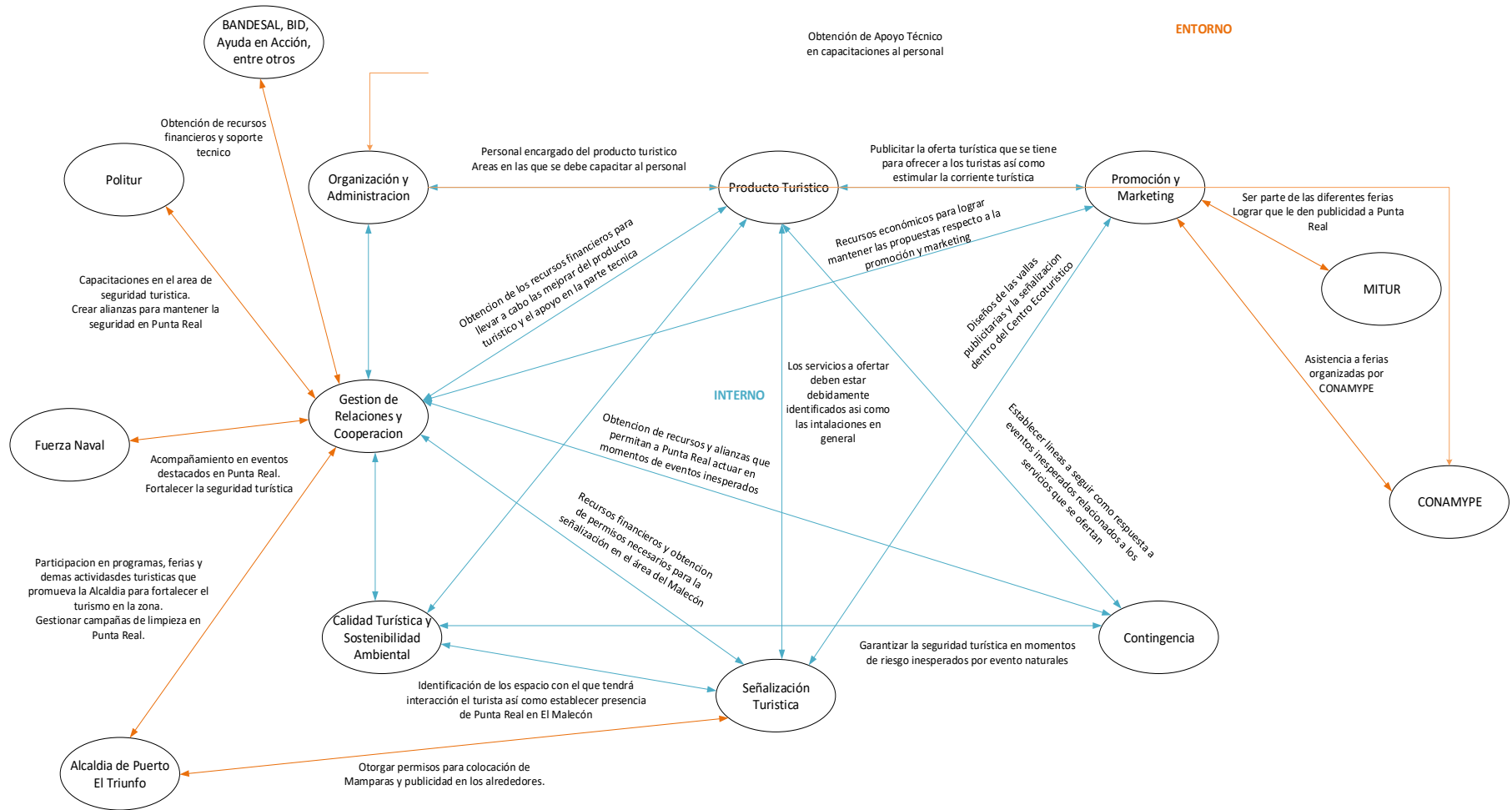


Diagrama 20 Relaciones entre los componentes del Plan de Desarrollo Turístico

C. PROGRAMA DE ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACION

1. INTRODUCCION

La Organización y Administración del Centro Ecoturístico es una de las partes principales del diseño, que debe considerarse muchos aspectos desde las funciones principales hasta el manejo del personal para que los servicios que se ofrezcan sean de forma adecuada, haciendo buen uso de los recursos.

Se estima la elaboración de este programa para la presentación de la estructura para la Cooperativa, para la parte funcional del Centro Ecoturístico Punta Real, teniendo como punto de partida la forma de la organización actual en especial el personal que interviene en el área administrativa de la Cooperativa y que también desarrolla funciones en el área operativa; así como las aptitudes y cualidades del personal que trabaja directamente en Punta Real en los diferentes servicios atención al cliente, de forma que se haga la mejor propuesta para las asignaciones de responsabilidades con forme el perfil de puestos con que se debería contar, se aborda el aspecto de impartir capacitaciones y talleres, así como mejorar la imagen del personal y finalizando con el aspecto de higiene y seguridad ocupacional.

2. OBJETIVOS

Desarrollar la estructura de organizacional del Centro Ecoturístico y diseñar los diferentes manuales para desarrollarlos de forma inclusiva para brindar oportunidades a las familias de la zona.

- Desarrollar las estrategias para la concientización de la filosofía de la empresa.
- Elaborar un manual de puestos de trabajos para que la asignación de responsabilidades sea acorde al nivel educativo del personal que se incluirá en el proyecto.
- Elaborar un manual de procedimientos que estandaricen los macro procesos.
- Establecer las capacitaciones y talleres que se deben impartir para fortalecer los conocimientos de quienes laboraran en las instalaciones y asimismo fortalecer sus conocimientos.
- Diseñar una nueva imagen para el personal y plantear estrategias que permitan el fortalecimiento de la nueva imagen del personal.
- Establecer estrategias para mantener la seguridad del personal en la realización de su carga laboral.

3. CONTENIDO

En el programa de Organización y Administración se abordan los siguientes proyectos:

- Proyecto: Implementación del Manual de Organización
- Proyecto: Implementación del Manual de Procedimientos
- Proyecto: Capacitaciones
- Proyecto: Mejoramiento de la Imagen del Personal
- Proyecto: Higiene y Seguridad Ocupacional

Para comenzar con la planeación estratégica se colocara primeramente el nombre o razón social que tiene la Cooperativa ya que esta es una entidad establecida y no debe seguir ningún proceso de establecimiento como Cooperativa u Asociación ya que están establecidos.

Nombre o razón social

La denominación social de la empresa es Centro Eco turístico “Punta Real” con el lema “Nuestra maravilla escondida”

Logotipo de la empresa



Ilustración 154 Logotipo de la Cooperativa Punta Real Actualmente

MISION

“Somos una Cooperativa dedicada al área de servicios Eco- Turísticos enfocados a la prestación de servicios y conservación de los recursos naturales en un ambiente familiar, ofreciendo calidad a nuestros clientes nacionales como extranjeros que permita satisfacer sus expectativas de sana diversión a través de la convivencia con la naturaleza”.

VISION

“Ser el primer Centro Recreativo en Usulután que asuma un papel protagónico en el desarrollo del ecoturismo, promoviendo la protección de la riqueza cultural como natural en la zona; a través del trabajo en equipo para lograr la sostenibilidad del Centro Ecoturístico Punta Real y de esta manera mejorar las condiciones de vida de la población que habitan en Punta San Juan del Gozo”

VALORES

Los siguientes valores y principios son un marco de referencia para promover buenas prácticas éticas y evitar entornos irregulares dentro y fuera del Centro Eco turístico Punta Real, por lo tanto, serán orientadores de la conducta y de todas las acciones y decisiones que la Cooperativa emprenda, así podemos considerar los siguientes elementos:

Integridad:

Un principio fundamental para el éxito del Centro Turístico es brindar un trato justo a todos los usuarios o clientes de nuestro establecimiento, puesto que en esto se basa el posicionamiento del mercado y la imagen del centro turístico.

Servicio:

Es uno de los valores fundamentales que se pretende desarrollar e inculcar en cada uno de los miembros que laboren dentro y fuera de la Centro Eco turístico, para lograr que cada quien trabaje enfocando a satisfacer las necesidades del cliente; brindando un servicios de buena calidad, con eficacia y eficiencia.

Excelencia:

Es el compromiso de hacer siempre mejor nuestras actividades, manteniendo una superación permanente.

Participación:

El éxito de la actividad empresarial es necesario la integración entre el personal y el turista de este modo se podrá desenvolver de buena manera el Centro Eco turístico.

Responsabilidad:

En el desempeño de las funciones dentro del centro eco turístico, es importante la responsabilidad como un hecho generador en el cumplimiento de las funciones asignadas.

Orientación hacia el servicio al cliente

Una permanente actitud de respeto y preocupación ante los requerimientos de los clientes internos, externos y consumidor final; así como una constante investigación de sus necesidades.

Búsqueda permanente de la excelencia en los procesos, productos y servicios

Constante preocupación y ejecución de acciones concretas para suministrar productos y servicios que cumplan con las expectativas de los clientes en cuanto a tiempo, costo, calidad y eficiencia considerando la protección del medio ambiente.

Transparencia interna y frente a la opinión pública

Actuación y apego a la legalidad, criterios técnicos y principios éticos; así como una adecuada información a las instituciones interesadas y a la comunidad.

Trabajo en equipo y convergencia de esfuerzos

Disposición de esfuerzos en procurar la realización de los objetivos estratégicos de la Cooperativa, compatibilizando los objetivos individuales y grupales de las distintas partes interesadas con los del Centro Eco turístico.

Compromiso ambiental

Compromiso hacia la realización de actividades turísticas que minimicen los efectos negativos en la biodiversidad de la zona y la protección de las especies marinas en peligro de extinción (Tortuga Carey).

OBJETIVOS

Alcanzar una posición de liderazgo en el campo turístico a nivel local y nacional.

Introducir nuevos servicios turísticos, generando mejores oportunidades de aceptación por parte de nuestro mercado meta.

Satisfacer las necesidades de todos los turista que nos visitan, teniendo en cuenta que el cliente es lo primero.

Aumentar la rentabilidad del centro Eco turístico Punta Real.

Brindar el mejor servicio de seguridad para la mayor comodidad y tranquilidad de los turistas.

Contribuir con el crecimiento de las comunidades aledañas al Centro Eco turístico Punta Real.

POLITICAS

Lograr el desarrollo integral de la cooperativa y la comunidad, mejorando la calidad de servicios y rentabilidad en El Centro Eco turístico “Punta Real.”

Mejorar las condiciones de recepción de los visitantes que permita generar mayor rentabilidad.

Alcanzar un servicio de calidad mejorando la cadena de valor desarrollando un sentimiento de empatía entre el personal y los clientes.

Posicionamiento en el mercado turístico de la Bahía de Jiquílisco.

Uso racional de los recursos, naturales y protección de la biodiversidad de la zona.

Lograr mayor competitividad en relación con las empresas del sector.

ORGANIGRAMA DE LA COOPERATIVA PUNTA REAL

La Cooperativa Punta Real de R.L se organiza de la siguiente manera como se muestra en las siguientes dos tablas.

Consejo de administración que incluye:

Consejo de administración	
Presidente	Isaac Arnoldo Berrios Rodríguez
Vicepresidente	Obed Isaí Rodríguez Rivera
Secretario	Leopoldo Ernesto Pérez López
Tesorero	Melvin Leonel Berrios
Vocal	Víctor Manuel Esperanza
Suplentes	Victoria del Socorro Martell Vilma Estela Torres Alba Marina Escobar

Tabla 189 Desglose del Consejo de Administración de la Cooperativa Punta Real de R, L.,

Consejo de vigilancia

Consejo de Vigilancia	
Presidente	María Mercedes Hernández
Secretario	Ercilia Esmeralda Calderón
Vocal	Silverio Iglesias Flores
Suplentes	Leonel Berrios José Alexander Lozano Moreno

Tabla 190 Desglose del Consejo de Vigilancia


a. PROYECTO: IMPLEMENTACIÓN DEL MANUAL DE ORGANIZACIÓN

Se inicia este proyecto con la elaboración de la organización a través de un esquema donde se representa la estructura organizacional, luego la descripción uno a uno de los Perfiles de cada puesto y sus Funciones. Finalizando con una descripción de la implementación del proyecto:

i. Manual de Organización de Puestos y funciones


- Estructura de la Organización
- Perfiles de puestos y funciones

ii. Metodología de Implementación

	MANUAL DE PUESTOS Y DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	Código:	ADM-ORG-CEC
		Fecha:	Enero 2017
		Página:	2 de 33

Contenido

I. OBJETIVO Y ALCANCE	3
OBJETIVO	3
ALCANCE	3
II. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	4
III. ORGANIGRAMA DE PUESTOS POR FUNCIONES	5
IV. PERFILES DE PUESTO	6
GERENTE GENERAL	6
JEFE DE SERVICIOS TURISTICOS.....	9
JEFE COMERCIALIZACION	11
ENCARGADO DE COMPRAS	14
COCINERO ENCARGADO DE RESTAURANTE	16
AUXILIAR DE COCINA	18
MESERO.....	20
LANCHERO	22
GUIA TURISTICO	24
BARMAN.....	26
ENCARGADO DE DEPORTES.....	28
CONTADOR.....	30
MASAJISTA/ENCARGADA DE TIENDA	32
V. APROBACIÓN, VIGENCIA Y ACTUALIZACIONES.....	34

	<p>MANUAL DE PUESTOS Y DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</p>	Código:	ADM-ORG-CEC
		Fecha:	Enero 2017
		Página:	3 de 33


I. OBJETIVO Y ALCANCE

OBJETIVO

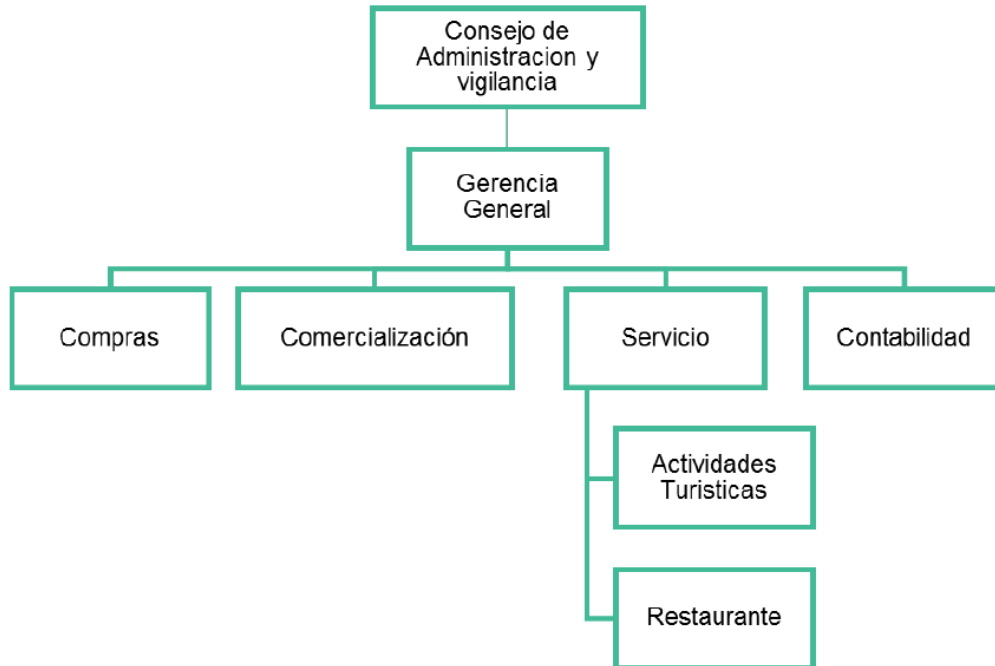
Identificar, ordenar y clasificar las responsabilidades y obligaciones específicas de los diferentes puestos que integran la estructura organizacional de la Cooperativa y el Centro Ecoturístico Punta Real; así mismo, determinar los requerimientos específicos de conocimientos, destrezas y actitudes de cada uno de los elementos de competencia y los requerimientos genéricos complementarios de cada puesto de trabajo.

ALCANCE

La aplicación del presente Manual de Puestos y Descripción de Funciones comprende a todo el personal donde se establecen las líneas de autoridad, responsabilidades y obligaciones que dicho personal deberá asumir.

	MANUAL DE PUESTOS Y DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	Código:	ADM-ORG-CEC
		Fecha:	Enero 2017
		Página:	4 de 33

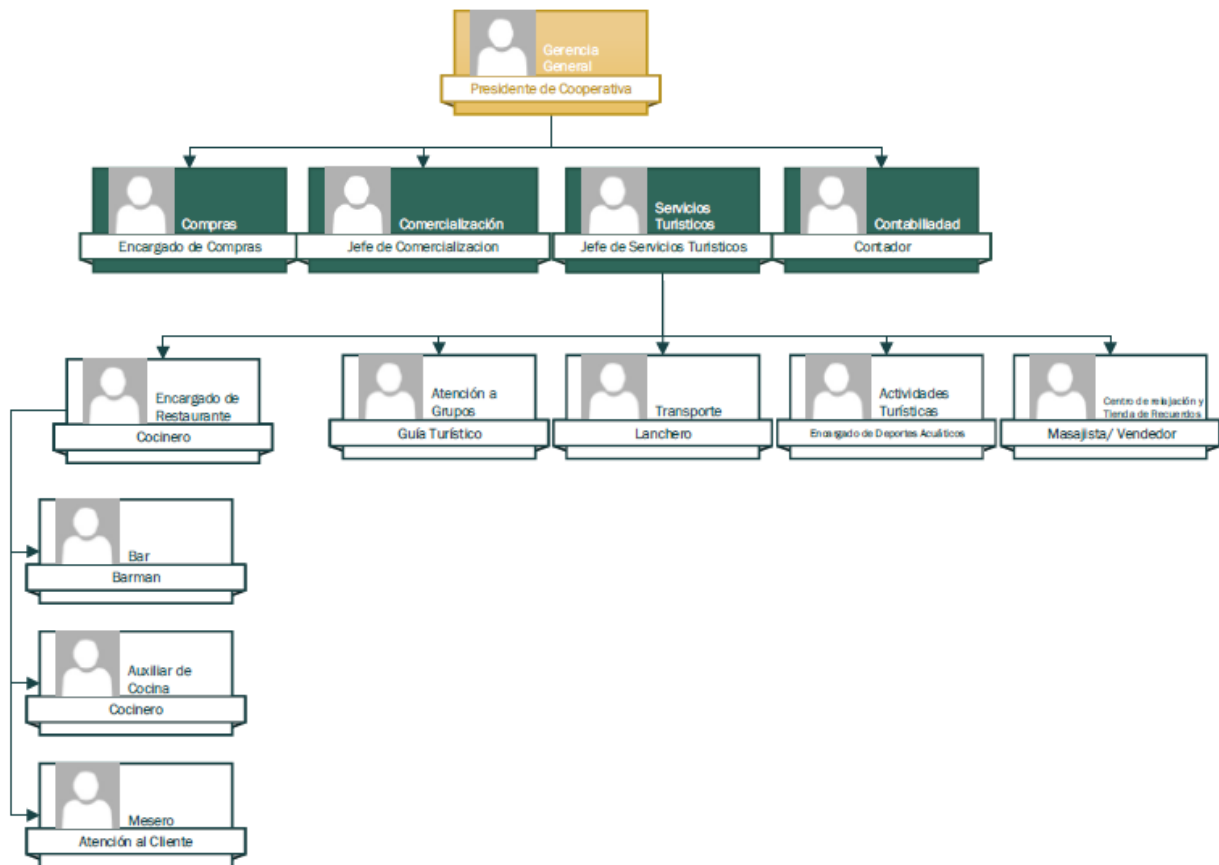
II. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL




Aprobado el _____ de junio de 2017



III. ORGANIGRAMA DE PUESTOS POR FUNCIONES



Aprobado el _____ de enero de 2017

	MANUAL DE PUESTOS Y DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	Código:	ADM-ORG-CEC
		Fecha:	Enero 2017
		Página:	6 de 33

IV. PERFILES DE PUESTO


GERENTE GENERAL

I. DATOS GENERALES

DENOMINACIÓN DEL PUESTO:	GERENTE GENERAL
JEFE INMEDIATO:	Junta Directiva de Socios
ÁREA ORGANIZATIVA:	Gerencia General
OBJETIVO PRINCIPAL DEL PUESTO:	Involucrarse de lleno en el desarrollo y crecimiento de la cooperativa en general mediante la Planeación y administración de todo el lugar
DEPENDENCIAS:	Encargado de Compras, Jefe de Comercialización, Jefe de Servicios Turísticos, Contador.
UNIDADES CON QUIENES SE RELACIONA	DE FORMA DIRECTA:
	Todas las Jefaturas
	DE FORMA INDIRECTA:
	Encargado de Deportes, Encargado de Restaurante, Clientes.

II. REQUISITOS DEL PUESTO


FORMACIÓN ACADÉMICA:	Administración de empresas, carreras a Fines
EDAD:	30 años en adelante
GENERO DESEABLE:	Indiferente
EXPERIENCIA REQUERIDA:	3 años en puestos similares
CONOCIMIENTOS REQUERIDOS:	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimientos sobre Asociaciones Cooperativas y su Marco Legal - Conocimientos de contabilidad y trámites legales. - Finanzas - Conocimientos sobre administración - Recursos Humanos - Planeación estratégica y operativa - Diseño y administración de Proyectos - Conocimientos en procesos de producción - Experiencia en Servicios Turísticos - Experiencia en ventas y Atención al Cliente. - Técnicas de liderazgo Situacional - Gestión de calidad y compras - Control de calidad - Diseño de Paquetes Turísticos.
HABILIDADES TÉCNICAS:	<ul style="list-style-type: none"> - Alta capacidad de análisis y síntesis - Excelente comunicación oral y escrita - Excelentes relaciones interpersonales

	MANUAL DE PUESTOS Y DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	Código:	ADM-ORG-CEC
		Fecha:	Enero 2017
		Página:	7 de 33

	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad para desarrollar y orientar equipos de trabajo - Capacidad de negociación, - Eficiente administración del tiempo. - Habilidad numérica, interpretación y proyección de datos estadísticos y financieros. - Orientación a la calidad del trabajo 		
APTITUDES:	<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo - Motivación - Autoconfianza - Dirección de personas - Proactivo - Creatividad - Integro - Iniciativa </td> <td style="vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> - Responsable - Analítico - Empatía - Ético - Disciplinado - Trabajo bajo presión - Capacidad de toma de decisiones </td> </tr> </table>	<ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo - Motivación - Autoconfianza - Dirección de personas - Proactivo - Creatividad - Integro - Iniciativa 	<ul style="list-style-type: none"> - Responsable - Analítico - Empatía - Ético - Disciplinado - Trabajo bajo presión - Capacidad de toma de decisiones
<ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo - Motivación - Autoconfianza - Dirección de personas - Proactivo - Creatividad - Integro - Iniciativa 	<ul style="list-style-type: none"> - Responsable - Analítico - Empatía - Ético - Disciplinado - Trabajo bajo presión - Capacidad de toma de decisiones 		
EQUIPO Y MAQUINARIA:	Equipo Computacional Equipo Multifuncional Teléfono Fijo y Móvil		
CONDICIONES DE TRABAJO:	Trabajo desarrollado en oficinas administrativas de la cooperativa y visitas periódicas al Centro Ecoturístico Punta Real.		

III. FUNCIONES DEL PUESTO

<p>FUNCIONES GENERALES:</p> <p>Planificación Estratégica Alinear los distintos Departamentos Propuestas de mejora Diseño y Ejecución de proyectos Presupuestar de acuerdo a plan estratégico. Toma de decisiones que aseguren la rentabilidad Supervisar el desarrollo de todo el personal</p>
<p>FUNCIONES ESPECÍFICAS:</p> <p>Realizar informes semanales sobre rendimiento de empresa Elaboración del PLAN ESTRATEGICO ANUAL Determinación de objetivos para el plan operativo por área o función de trabajo Buscar, estudiar y construir propuestas de mejoras en cada área. Diseñar proyectos en conjunto con sus colaboradores. Seguimiento de la implementación de cambios. Establecer un Presupuesto por proyecto o por línea estratégica planificada. Control de los estados financieros Velar por la liquidez de la empresa y Capital de trabajo sea siempre suficiente. Coordinar el trabajo entre las áreas de la empresa y Dirigir de forma amplia e integral a cada uno de los colaboradores. Toma de decisiones según evaluaciones de calidad y evaluación económica Autorizaciones de solicitudes de compras Participación en análisis de precios para productos o Servicios Turísticos Apoyo al proceso de compras Apoyo a la selección de proveedores Apoyo en supervisión de maquinaria</p>

	MANUAL DE PUESTOS Y DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	Código:	ADM-ORG-CEC
		Fecha:	Enero 2017
		Página:	9 de 33


JEFE DE SERVICIOS TURISTICOS

I. DATOS GENERALES

DENOMINACIÓN DEL PUESTO:	Jefe de Servicios Turístico
JEFE INMEDIATO:	Gerente General
ÁREA ORGANIZATIVA:	Servicios
OBJETIVO PRINCIPAL DEL PUESTO:	Asegurar el buen funcionamiento y atención adecuada en los diferentes Servicios que se ofrecen en el Centro Ecoturístico.
DEPENDENCIAS:	Cocinero, Encargado de Deportes
UNIDADES CON QUIENES SE RELACIONA:	DE FORMA DIRECTA: Comercialización y Compras
	DE FORMA INDIRECTA: Contabilidad

II. REQUISITOS DEL PUESTO

FORMACIÓN ACADÉMICA:	Hostelería y Turismo.	
EDAD:	De 25años en Adelante	
GENERO DESEABLE:	Indiferente	
EXPERIENCIA REQUERIDA:	Atención al Cliente, Ventas	
CONOCIMIENTOS REQUERIDOS:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificación de Eventos ✓ Administración de Recursos ✓ Formulación de alimentos ✓ Normas mínimas de higiene ✓ Hostelería y Turismo 	
HABILIDADES TÉCNICAS:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Planificar y Organizar el trabajo ✓ Comunicarse de forma efectiva (Oral y Escrita) ✓ Relaciones efectivas de trabajo ✓ Manejo Efectivo de personal ✓ Formulación de productos Turísticos ✓ Control de inventarios ✓ Habilidad Numérica ✓ Mantenimiento de Equipo e instalaciones 	
APTITUDES:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Liderazgo ✓ Proactivo ✓ Creatividad ✓ Integro ✓ Autoconfianza ✓ Trabajo en equipo ✓ Madurez Emocional ✓ Honestidad para reconocer errores ✓ Planificado 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Actitud positiva ✓ Mentalidad abierta para enfrentar cambios. ✓ Organizado ✓ Analítico ✓ Discreto ✓ Ético ✓ Disciplinado ✓ Trabajo bajo presión ✓ Capacidad de toma de decisiones
EQUIPO Y MAQUINARIA:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Equipo Computacional ✓ Equipo y maquinaria de Cocina, Transporte Acuático, y Equipo utilizado para actividades turísticas. 	

	MANUAL DE PUESTOS Y DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	Código:	ADM-ORG-CEC
		Fecha:	Enero 2017
		Página:	10 de 33

CONDICIONES DE TRABAJO:	✓ Condiciones físicas adecuadas para trabajo de oficina y en campo, con atención y organización de eventos o servicio a clientes.
--------------------------------	---


III. FUNCIONES DEL PUESTO

FUNCIONES GENERALES:

- Obtener alimentos de excelente calidad
- Manejo de Reservasiones,
- Mantenimiento de Instalaciones
- Aseguramiento de Servicios o Actividades Turísticas.

FUNCIONES ESPECÍFICAS:

- Planeación y dirección de la atención a los turistas.
- Prueba de los servicios y actividades turísticas
- Supervisar la Seguridad para los trabajadores y los turistas.
- Elaborar requerimientos de compra en base a ocupaciones
- Reuniones semanales con Comercialización para coordinación del trabajo.
- Manejo de inventarios de Materias primas, Insumos, Equipos, materiales de limpieza y otros.
- Controlar fechas de vencimiento
- Diseño de proyectos para mejora del Centro Ecoturístico
- Inspección y supervisión de mantenimientos.
- Autorizar y aceptar o rechazar trabajos de reparación, mantenimiento o remodelaciones
- Velar por un detalle minucioso de la especificación de los mantenimientos, reparación
- Organiza y controla la recepción y almacenamiento de alimentos
- Cumplir con las demás funciones que le encomiende su jefe inmediato vinculado al cargo asignado.

	MANUAL DE PUESTOS Y DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	Código:	ADM-ORG-CEC
		Fecha:	Enero 2017
		Página:	11 de 33


JEFE COMERCIALIZACION

I. DATOS GENERALES

DENOMINACIÓN DEL PUESTO:	JEFE COMERCIALIZACION
JEFE INMEDIATO:	Gerente General
ÁREA ORGANIZATIVA:	Comercialización
OBJETIVO PRINCIPAL DEL PUESTO:	Busqueda de relaciones comerciales con los negocios de la zona. Y atracción de mas turistas
DEPENDENCIAS:	Gerencia General
UNIDADES CON QUIENES SE RELACIONA:	DE FORMA DIRECTA: Compras, Servicios, Contabilidad
	DE FORMA INDIRECTA: Todo el personal de Servicios, clientes, proveedores

II. REQUISITOS DEL PUESTO


FORMACIÓN ACADÉMICA:	Vendedor	
EDAD:	23 años en adelante	
GENERO DESEABLE:	Indiferente	
EXPERIENCIA REQUERIDA:	Encargado de negocios, ventas.	
CONOCIMIENTOS REQUERIDOS:	Mercadeo y Ventas	
HABILIDADES TÉCNICAS:	<ul style="list-style-type: none"> - Costeo de los servicios - Elaboración de Plan de Ventas - Diseño de Estrategias Publicitarias - Manejo de Redes sociales con fines promocionales y publicitarios - Organización y planificación de proyectos, metas y actividades - Conocimientos de Hostelería y Turismo. 	
APTITUDES:	<ul style="list-style-type: none"> - Extrovertido - Atento y amable: escuchar, orientar, respetar, saber interpretar, saber comunicar y ser cortés. - Seguro de si mismo - Discreto - Honesto - Líder - No temperamental - Ordenado - Puntual y cumplido 	<ul style="list-style-type: none"> - Responsable - Sincero para expresar dudas o solicitar ayuda. - Tolerante - Agilidad mental - Diligente y eficaz. - Trato con personas - Toma de decisiones acertadas - Uso de un adecuado vocabulario con locución clara.
EQUIPO Y MAQUINARIA:	Computadora	
CONDICIONES DE TRABAJO:	Trabajo desarrollado dentro de las instalaciones de la empresa, áreas de oficina, sala de venta y restaurante. Variación de Horarios por temporadas altas o desarrollo de planeación de actividades de venta. Visitas a aliados y comercios afiliados	

	MANUAL DE PUESTOS Y DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	Código:	ADM-ORG-CEC
		Fecha:	Enero 2017
		Página:	12 de 33

	Búsqueda de clientes Reuniones con Tour operadores. Coordinación de trabajo con transporte con lanchas.
--	---

III. FUNCIONES DEL PUESTO

<p>FUNCIONES GENERALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mercadeo - Plan y Estrategias de ventas - Asignación de Tareas - Organizar actividades en temporadas y todo el personal a cargo - Dirigir cada una de las unidades que tiene a su cargo - Controlar que se cumplan las metas - Integrar al Personal
<p>FUNCIONES ESPECÍFICAS:</p> <p>Elaboración de plan de Mercadeo y ventas.</p> <p>Estipular fechas festivas y programa de ventas para esos días.</p> <p>Motivar el incremento en ventas para fechas deportivas.</p> <p>Supervisar la incorporación de nuevos productos en base a tendencias de mercado y necesidades de los clientes.</p> <p>Definición de segmentos y nichos de mercado</p> <p>Monitoreo constante de la competencia</p> <p>Determinación de precios, por servicio, temporada y ofertas.</p> <p>Mantener los márgenes de ganancia según plan Estratégico de</p> <p>Planeación de Funciones de personal a cargo.</p> <p>Planeación de inversión para instalación de restaurante, remodelación y decoraciones de cada temporada del año.</p> <p>Formación y liderazgo en Equipos de trabajo</p> <p>Delegar actividades y funciones según el área de ventas</p> <p>Seguimiento de cumplimiento de metas diarias, semanales, mensuales, trimestrales y anuales.</p> <p>Control de la cartera de clientes, Volúmenes de compra, descuentos y cantidad de créditos.</p> <p>Enfoque especial en la atención al cliente para Restaurante.</p> <p>Planeación de eventos empresariales para la venta. (visitas a empresas, activaciones, ferias y eventos) de forma que se asegure</p> <ul style="list-style-type: none"> Proyección de la venta por evento Estimación de costos de todo el evento y ganancia Costos de publicidad y la aportación que dará cada evento además de la ganancia. Logística de traslado, durante y al retiro del evento. Completar listado de verificación antes de salir al evento. Programación del personal que asistirá o apoyara de forma eficiente y en cantidad mínima adecuada. Asegurar planes de contingencia, bajo condiciones ambientales desfavorables, y seguridad del personal como del equipo y utensilios. Remuneración adecuada del personal que participe. Plan de reintegro por lo no vendido, (oferta, preparación de otros platillos o perdida) <p>Publicidad: Estudio y Planificación de publicidad, inversiones y metodología por producto y nicho de mercado correspondiente.</p> <p>Establecer lineamientos claros y sencillos para atención de ventas.</p>

	MANUAL DE PUESTOS Y DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	Código:	ADM-ORG-CEC
		Fecha:	Enero 2017
		Página:	14 de 33

ENCARGADO DE COMPRAS

I. DATOS GENERALES

DENOMINACIÓN DEL PUESTO:	Encargado de Compras
JEFE INMEDIATO:	Gerente General
ÁREA ORGANIZATIVA:	Administración
OBJETIVO PRINCIPAL DEL PUESTO:	Velar por el abastecimiento de insumos para servicios y de restaurante
DEPENDENCIAS:	N/A
UNIDADES CON QUIENES SE RELACIONA	DE FORMA DIRECTA: Comercialización, Servicios y Contabilidad
	DE FORMA INDIRECTA: Todo el personal operativo de la empresa.


II. REQUISITOS DEL PUESTO

FORMACIÓN ACADÉMICA:	Bachillerato	
EDAD:	De 25 a 40 años	
GENERO DESEABLE:	Femenino/Masculino	
EXPERIENCIA REQUERIDA:	3 años como administrador de empresas o puestos similares	
CONOCIMIENTOS REQUERIDOS:	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión de Compras - Administración de personal - Manejo y control del tiempo - Planificación Estratégica. - Procesos de Administración General 	
HABILIDADES TÉCNICAS:	<ul style="list-style-type: none"> - Alta capacidad de análisis y síntesis - Excelente comunicación oral y escrita - Habilidad numérica - Planificar y Organizar el trabajo - Uso avanzado de Excel - Evaluación de calidad de trabajos 	
APTITUDES:	<ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo - Motivación - Autoconfianza - Dirección de personas - Proactivo - Creatividad - Integro - Iniciativa 	<ul style="list-style-type: none"> - Responsable - Analítico - Empatía - Ético - Disciplinado - Trabajo bajo presión - Capacidad de toma de decisiones
EQUIPO Y MAQUINARIA:	Equipo de oficina	
CONDICIONES DE TRABAJO:	Trabajo desarrollado en oficina, buena iluminación. Y en ocasiones en Centro ecoturístico	

III. FUNCIONES DEL PUESTO

FUNCIONES GENERALES:

Asistir a la Gerencia General y demás dependencia en la gestión de Materias Primas, Insumos, Materiales, Mantenimientos y demás.

	MANUAL DE PUESTOS Y DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	Código: ADM-ORG-CEC
		Fecha: Enero 2017
		Página: 16 de 33


COCINERO ENCARGADO DE RESTAURANTE

I. DATOS GENERALES

DENOMINACIÓN DEL PUESTO:	COCINERO ENCARGADO DE RESTAURANTE
JEFE INMEDIATO:	Jefe de Comercialización
ÁREA ORGANIZATIVA:	Comercialización
OBJETIVO PRINCIPAL DEL PUESTO:	Planificar y organizar el trabajo del equipo de servicio de restaurante
DEPENDENCIAS:	Auxiliar de Cocina, Mesero
UNIDADES CON QUIENES SE RELACIONA	DE FORMA DIRECTA:
	Comercialización, Compras
	DE FORMA INDIRECTA:
	Contabilidad

II. REQUISITOS DEL PUESTO

FORMACIÓN ACADÉMICA:	Cocinero con vasta experiencia	
EDAD:	De 25 a 50 años	
GENERO:	Indiferente	
EXPERIENCIA REQUERIDA:	1 año de experiencia en puestos similares	
CONOCIMIENTOS REQUERIDOS:	<ul style="list-style-type: none"> - Saber cocinar - Procesos para preparación de Platos, bocas y bebidas - Manejo de productos perecederos - Técnicas de manipulación de alimentos y Servicio al Cliente - Manejo de órdenes de pedidos - Equipos de trabajo - Planificación de eventos - Manejo de Menús y costeo. 	
HABILIDADES TÉCNICAS:	<ul style="list-style-type: none"> - Orientación a la calidad en el trabajo. - Habilidad numérica. - Manejo de personal - Capacidad negociadora. - Capacidad de organización y planificación. - Capacidad para tratar con diversas clases de personas y ocuparse de diferentes actividades a la vez. 	
APTITUDES:	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajo bajo presión - Proactivo - Disciplinado - Ordenado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Integro - Ético - Responsable - Discreto
EQUIPO Y MAQUINARIA:	<ul style="list-style-type: none"> - Equipo Computacional - Equipo de cocina - Equipo de facturación 	
CONDICIONES DE TRABAJO:	Trabajo en ambiente de oficina y de pie en sala de ventas-restaurante, e incorporación en los procesos de cocina y despacho de órdenes.	

	MANUAL DE PUESTOS Y DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	Código:	ADM-ORG-CEC
		Fecha:	Enero 2017
		Página:	17 de 33


III. FUNCIONES DEL PUESTO

FUNCIONES GENERALES:

- Responsable del servicio de Restaurante
- Atención al cliente
- Supervisión de Cocina
- Costeo de Producto

FUNCIONES ESPECÍFICAS:

- Establecer reuniones semanales para el seguimiento de su equipo.
- Elaborar requerimiento de productos para platillos y bebidas.
- Establecer proceso de despacho y órdenes de pedido.
- Calendarización de eventos
- Seguimiento de las normas de higiene
- Verificar que el personal tengan una excelente presentación personal frente a sus clientes.
- Llevar un control diario de las ventas realizadas, elaborando cuadros de seguimiento por mesero, platillos y bebidas.
- Supervisar a su equipo constantemente.
- Elaboración de Informe de por ventas
- Conocer las necesidades de los diferentes tipos de clientes
- Elaboración de ofertas y promociones
- Control de desperdicios al mínimo
- Calculo de comisiones o bonificaciones
- Motivación del equipo de trabajo
- Cumplir con las demás funciones que le encomiende su jefe inmediato vinculado al cargo asignado

	MANUAL DE PUESTOS Y DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	Código:	ADM-ORG-CEC
		Fecha:	Enero 2017
		Página:	18 de 33

AUXILIAR DE COCINA

IV. DATOS GENERALES


DENOMINACIÓN DEL PUESTO:	AUXILIAR DE COCINA
JEFE INMEDIATO:	Jefe de Restaurante
ÁREA ORGANIZATIVA:	Comercialización
OBJETIVO PRINCIPAL DEL PUESTO:	Colaborar con la preparación de alimentos
DEPENDENCIAS:	N/A
UNIDADES CON QUIENES SE RELACIONA	DE FORMA DIRECTA: Meseros, Jefe de Comercialización
	DE FORMA INDIRECTA: Administración

V. REQUISITOS DEL PUESTO

FORMACIÓN ACADÉMICA:	9 grado	
EDAD:	De 18 a 40 años	
GENERO DESEABLE:	Masculino	
EXPERIENCIA REQUERIDA:	Masculino/femenino	
CONOCIMIENTOS REQUERIDOS:	<ul style="list-style-type: none"> - Preparación de platos fuertes - Almacenamiento de productos - Preparación de Bebidas - Elaboración de postres 	
HABILIDADES TÉCNICAS:	<ul style="list-style-type: none"> - Habilidades numéricas - Fuerza física - Sanitización y calidad 	
APTITUDES:	<ul style="list-style-type: none"> - Proactivo - Integro - Confianza en sí mismo - Dinámico - Analítico 	<ul style="list-style-type: none"> - Ético - Disciplinado - Trabajo bajo presión - Trabajo en equipo
EQUIPO Y MAQUINARIA:	<ul style="list-style-type: none"> - Báscula - Calculadora - Herramientas y Equipo de cocina 	
CONDICIONES DE TRABAJO:	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajo de pie. 	

VI. FUNCIONES DEL PUESTO

FUNCIONES GENERALES:
<ul style="list-style-type: none"> - Colaborar con las actividades de manejo y almacenamiento de alimentos - Ayudar siempre que sea posible en la elaboración de comida y bebida
FUNCIONES ESPECÍFICAS:
<ul style="list-style-type: none"> - Se responsabilizará del buen funcionamiento de la cocina ante el jefe de restaurante.

	MANUAL DE PUESTOS Y DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	Código:	ADM-ORG-CEC
		Fecha:	Enero 2017
		Página:	20 de 33


MESERO

VII. DATOS GENERALES

DENOMINACIÓN DEL PUESTO:	MESERO
JEFE INMEDIATO:	Jefe de Restaurante
ÁREA ORGANIZATIVA:	Comercialización
OBJETIVO PRINCIPAL DEL PUESTO:	Crear un ambiente agradable de atención al cliente ofreciendo la orientación adecuada para que el cliente pueda ordenar y disfrutar de su pedido.
DEPENDENCIAS:	Cocinero Encargado de Restaurante
UNIDADES CON QUIENES SE RELACIONA	DE FORMA DIRECTA: Cocinero
	DE FORMA INDIRECTA: Compras y Contabilidad.


VIII. REQUISITOS DEL PUESTO

FORMACIÓN ACADÉMICA:	6 grado	
EDAD:	De 18 a 40 años	
GENERO DESEABLE:	Masculino	
EXPERIENCIA REQUERIDA:	Femenino, Masculino	
CONOCIMIENTOS REQUERIDOS:	<ul style="list-style-type: none"> - Cortes de frutas y verduras - Almacenamiento de productos - Manejo de alimentos - Toma de ordenes - Servir y limpiar mesas - Conocimientos de formas de preparación de alimentos. - Conocimientos básicos de Vinos y Licores 	
HABILIDADES TÉCNICAS:	<ul style="list-style-type: none"> - Habilidades numéricas - Fuerza física - Sanitización y calidad - Conocimientos básicos manejo de computadoras - Preparación de alimentos y bebidas 	
APTITUDES:	<ul style="list-style-type: none"> - Atento - Alta capacidad Retentiva - Proactivo - Confianza en sí mismo - Ordenado 	<ul style="list-style-type: none"> - Ético - Disciplinado - Trabajo bajo presión - Trabajo en equipo - Dinámico - Analítico
EQUIPO Y MAQUINARIA:	<ul style="list-style-type: none"> - Monitor LCD 	
CONDICIONES DE TRABAJO:	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajo un 95% de pie, en Restaurante y Cocina. - Riesgo de cortes con herramientas, lesiones o caídas al no utilizar el equipo de protección personal o realizar actividades sin el procedimiento adecuado. (acciones inseguras). 	

	MANUAL DE PUESTOS Y DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	Código:	ADM-ORG-CEC
		Fecha:	Enero 2017
		Página:	21 de 33

IX. FUNCIONES DEL PUESTO

<p>FUNCIONES GENERALES:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Atención al Cliente - Toma Ordenes - Despachar ordenes - Administración de cuentas
<p>FUNCIONES ESPECÍFICAS:</p> <p>mable y no lo haga esperar.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pregunte cuantas personas le acompañan. - Retire la silla de la mesa para que el cliente se siente. - Ayude al cliente a colocar su saco en el respaldo de la silla si así lo desea. - Dependiendo del número de personas que atenderá, retire el cubierto de los lugares que no se ocuparan. - Si existe un niño pequeño entre los comensales, ofrezca una sillita especial - La elección " Sugerir" siempre los platos del día - Llenado de comanda de forma correcta según orden del cliente - Cancelaciones de pedidos, o sustitución de pedidos - Si el cliente por alguna razón desea cancelar un platillo, retírelo y envíelo a la cocina. <p>Prepare la Mesa para el postre</p> <p>La cuenta, siempre a tiempo y de forma correcta, entregando el vuelto exacto</p> <p>Actividades y funciones complementarias</p> <p>Montaje de mesas, limpieza y retiro de patos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Normas de Higiene en todo momento - Expresión de la cara debe ser siempre agradable y sonriente no demuestre malestar o cansancio.

	MANUAL DE PUESTOS Y DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	Código:	ADM-ORG-CEC
		Fecha:	Enero 2017
		Página:	22 de 33

LANCHERO

I. DATOS GENERALES

DENOMINACIÓN DEL PUESTO:	LANCHERO
JEFE INMEDIATO:	Jefe de Comercialización
ÁREA ORGANIZATIVA:	Comercialización
OBJETIVO PRINCIPAL DEL PUESTO:	Atender las necesidades básicas de los clientes, transportándolos al destino requerido de forma cómoda y segura durante el viaje.
DEPENDENCIAS:	N/A
UNIDADES CON QUIENES SE RELACIONA	DE FORMA DIRECTA: Jefe de Servicios Turísticos
	DE FORMA INDIRECTA: Encargados de las demás áreas.


II. REQUISITOS DEL PUESTO

FORMACIÓN ACADÉMICA:	9º grado	
EDAD:	20 años en adelante	
GENERO DESEABLE:	Masculino	
EXPERIENCIA REQUERIDA:	1 año y que sepa conducir Lancha	
CONOCIMIENTOS REQUERIDOS:	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento de mecánica básica. - Manejo de carga y manipuleo de materiales, - Normas de Seguridad - Amplio conocimiento de los diferentes destinos en la bahía 	
HABILIDADES TÉCNICAS:	<ul style="list-style-type: none"> - Mecánica - Mantenimiento de Lanchas - Manejo de efectivo 	
APTITUDES:	<ul style="list-style-type: none"> - Prudente - Honrado - Proactivo - Empatía - Paciencia - Iniciativa 	<ul style="list-style-type: none"> - Dinámico - Iniciativa Discreto - Ético - Disciplinado - Trabajo bajo presión - Eficiente - Habilidad numérica
EQUIPO Y MAQUINARIA:	<ul style="list-style-type: none"> - Lancha - Moto bomba - Motores Fuera de borda 	
CONDICIONES DE TRABAJO:	- En Lancha pesquera, y lancha de pasajeros normalmente en el mar.	

III. FUNCIONES DEL PUESTO

FUNCIONES GENERALES:

- Llevar a los Turistas a los destinos solicitados
- Narración de los datos históricos de cada lugar

	MANUAL DE PUESTOS Y DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	Código: ADM-ORG-CEC
		Fecha: Enero 2017
		Página: 24 de 33

GUIA TURISTICO

IV. DATOS GENERALES


DENOMINACIÓN DEL PUESTO:	GUIA
JEFE INMEDIATO:	Jefe de Servicios turísticos
ÁREA ORGANIZATIVA:	Servicios
OBJETIVO PRINCIPAL DEL PUESTO:	Mostrar todas las áreas y servicios disponibles del Centro ecoturístico y explicar su forma de uso y disponibilidad.
DEPENDENCIAS:	N/A
UNIDADES CON QUIENES SE RELACIONA	DE FORMA DIRECTA: Jefe de Servicios Turísticos
	DE FORMA INDIRECTA: Encargados de las demás áreas.

V. REQUISITOS DEL PUESTO

FORMACIÓN ACADÉMICA:	N/A	
EDAD:	20 años en adelante	
GENERO DESEABLE:	Masculino/Femenino	
EXPERIENCIA REQUERIDA:	1 año como piloto	
CONOCIMIENTOS REQUERIDOS:	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento de todos los destinos del centro ecoturístico, horarios de servicios - Técnicas de Pesca - Atención al cliente. - Biodiversidad - Normas Ambientales - Historias del lugar - Normas de Seguridad 	
HABILIDADES TÉCNICAS:	<ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo grupal. - Mantenimiento de Lanchas - Manejo de efectivo 	
APTITUDES:	<ul style="list-style-type: none"> - Respetuoso - Atento - Honrado - Proactivo - Empatía - Paciencia - Iniciativa 	<ul style="list-style-type: none"> - Dinámico - Iniciativa Discreto - Ético - Disciplinado - Trabajo bajo presión - Eficiente - Habilidad numérica
EQUIPO Y MAQUINARIA:	<ul style="list-style-type: none"> - Lancha - Equipo de Protección personal 	
CONDICIONES DE TRABAJO:	- En Lancha pesquera, y lancha de pasajeros normalmente en el mar.	

VI. FUNCIONES DEL PUESTO

FUNCIONES GENERALES:
<ul style="list-style-type: none"> - Llevar a los Turistas a los destinos solicitados - Narración de los datos históricos de cada lugar

	MANUAL DE PUESTOS Y DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	Código:	ADM-ORG-CEC
		Fecha:	Enero 2017
		Página:	26 de 33

BARMAN

VII. DATOS GENERALES


DENOMINACIÓN DEL PUESTO:	GUIA
JEFE INMEDIATO:	Jefe de Servicios turísticos
ÁREA ORGANIZATIVA:	Servicios
OBJETIVO PRINCIPAL DEL PUESTO:	Satisfacer la necesidad de los turistas las bebidas con y sin alcohol.
DEPENDENCIAS:	N/A
UNIDADES CON QUIENES SE RELACIONA	DE FORMA DIRECTA: Jefe de Servicios Turísticos
	DE FORMA INDIRECTA: Encargados de las demás áreas.

VIII. REQUISITOS DEL PUESTO

FORMACIÓN ACADÉMICA:	N/A		
EDAD:	20 años en adelante		
GENERO DESEABLE:	Masculino/Femenino		
EXPERIENCIA REQUERIDA:	Mesero, Barman		
CONOCIMIENTOS REQUERIDOS:	<ul style="list-style-type: none"> - Conocer sobre preparación de bebidas - Técnicas de Pesca - Atención al cliente. - Biodiversidad - Normas de Seguridad 		
HABILIDADES TÉCNICAS:	<ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo grupal. - Mantenimiento de Lanchas 		
APTITUDES:	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; border: none;"> <ul style="list-style-type: none"> - Respetuoso - Atento - Alegre - Honrado - Proactivo - Empatía - Paciencia </td> <td style="width: 50%; border: none;"> <ul style="list-style-type: none"> - Dinámico - Iniciativa Discreto - Ético - Disciplinado - Trabajo bajo presión - Eficiente - Habilidad numérica </td> </tr> </table>	<ul style="list-style-type: none"> - Respetuoso - Atento - Alegre - Honrado - Proactivo - Empatía - Paciencia 	<ul style="list-style-type: none"> - Dinámico - Iniciativa Discreto - Ético - Disciplinado - Trabajo bajo presión - Eficiente - Habilidad numérica
<ul style="list-style-type: none"> - Respetuoso - Atento - Alegre - Honrado - Proactivo - Empatía - Paciencia 	<ul style="list-style-type: none"> - Dinámico - Iniciativa Discreto - Ético - Disciplinado - Trabajo bajo presión - Eficiente - Habilidad numérica 		
EQUIPO Y MAQUINARIA:	- Cristalería, y Bebidas alcohólicas		
CONDICIONES DE TRABAJO:	- De pie en espacio reducido durante VER POLITICA DE ALMACENAMIENTO DE LUBRICANTES el día.		

IX. FUNCIONES DEL PUESTO

FUNCIONES GENERALES:
- Preparar bebidas con y sin licor

	MANUAL DE PUESTOS Y DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	Código:	ADM-ORG-CEC
		Fecha:	Enero 2017
		Página:	28 de 33

ENCARGADO DE DEPORTES

X. DATOS GENERALES


DENOMINACIÓN DEL PUESTO:	GUIA
JEFE INMEDIATO:	Jefe de Servicios turísticos
ÁREA ORGANIZATIVA:	Servicios
OBJETIVO PRINCIPAL DEL PUESTO:	Poner a disposición de los turistas actividades recreativas
DEPENDENCIAS:	N/A
UNIDADES CON QUIENES SE RELACIONA	DE FORMA DIRECTA: Jefe de Servicios Turísticos
	DE FORMA INDIRECTA: Encargados de las demás áreas.

XI. REQUISITOS DEL PUESTO

FORMACIÓN ACADÉMICA:	Bachiller	
EDAD:	20 años en adelante	
GENERO DESEABLE:	Masculino/Femenino	
EXPERIENCIA REQUERIDA:	--	
CONOCIMIENTOS REQUERIDOS:	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento sobre competencias, juegos y dinámicas al aire libre y en la playa - Conocimiento de todos los destinos del centro ecoturístico, horarios de servicios - Asistencia y Primeros Auxilios - Técnicas de Pesca - Atención al cliente. - Biodiversidad - Historias buenas del lugar - Normas de Seguridad 	
HABILIDADES TÉCNICAS:	<ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo grupal. - Mantenimiento de Lanchas 	
APTITUDES:	<ul style="list-style-type: none"> - Respetuoso - Atento - Honrado - Proactivo - Empatía - Paciencia - Iniciativa 	<ul style="list-style-type: none"> - Dinámico - Iniciativa Discreto - Ético - Disciplinado - Trabajo bajo presión - Eficiente - Habilidad numérica
EQUIPO Y MAQUINARIA:	<ul style="list-style-type: none"> - Lancha - Equipo de Protección personal 	
CONDICIONES DE TRABAJO:	- En Lancha pesquera, y lancha de pasajeros normalmente en el mar.	

XII. FUNCIONES DEL PUESTO


FUNCIONES GENERALES:
<ul style="list-style-type: none"> - Conformar las normas de uso de las áreas deportivas, normas de competición y conformación de torneos. - Administración del equipo de juegos dado en préstamo para uso de los turistas

	MANUAL DE PUESTOS Y DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	Código:	ADM-ORG-CEC
		Fecha:	Enero 2017
		Página:	30 de 33

CONTADOR

I. DATOS GENERALES

DENOMINACIÓN DEL PUESTO:	CONTADOR	
JEFE INMEDIATO:	Gerente General	
ÁREA ORGANIZATIVA:	Contabilidad	
OBJETIVO PRINCIPAL DEL PUESTO:	Analizar la información contenida en los documentos contables generados, verificando su exactitud, a fin de garantizar estados financieros confiables y oportunos.	
DEPENDENCIAS:	N/A	
UNIDADES CON QUIENES SE RELACIONA	DE FORMA DIRECTA: Gerencia General, Encargado de Compras, Jefe de Comercialización y Jefe de Servicios Turísticos.	
	DE FORMA INDIRECTA: Encargado de Restaurante y Encargado de Actividades Turísticas	
II. REQUISITOS DEL PUESTO		
FORMACIÓN ACADÉMICA:	Licenciado en Contaduría Pública (Autorizado)	
EDAD:	De 25 a 50 años	
GENERO DESEABLE:	Indiferente	
EXPERIENCIA REQUERIDA:	3 años de experiencia progresiva de carácter operativo en el área contable.	
CONOCIMIENTOS REQUERIDOS:	<ul style="list-style-type: none"> - Sólidos conocimientos sobre leyes tributarias, mercantiles, municipales, laborales y financieras. - Leyes, reglamentos y decretos relacionados con el área de contabilidad. - Clasificación y análisis de información contable. - Preparar informes técnicos. - Manejo de NIC y NIIF 	
HABILIDADES TÉCNICAS:	<ul style="list-style-type: none"> - Ofimática - Aplicar métodos y procedimientos contables. - Redacciones de informes técnicos y gerenciales. - Analizar información contable. - Orientación a la calidad en el trabajo. - Habilidad numérica. 	
APTITUDES:	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajo bajo presión - Proactivo - Disciplinado - Ordenado 	<ul style="list-style-type: none"> - Integro - Ético - Responsable - Discreto
EQUIPO Y MAQUINARIA:	<ul style="list-style-type: none"> - Equipo Computacional - Equipo Multifuncional - Teléfono Fijo y Móvil 	
CONDICIONES DE TRABAJO:	Trabajo desarrollado en oficina 90%, buena iluminación. Trabajo de campo supervisando las operaciones contables de las empresas 10%.	

	MANUAL DE PUESTOS Y DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	Código:	ADM-ORG-CEC
		Fecha:	Enero 2017
		Página:	31 de 33


III. FUNCIONES DEL PUESTO

FUNCIONES GENERALES:

- Planificación, organización, validación y coordinación de todo el proceso contable.

FUNCIONES ESPECÍFICAS:

- Supervisar que se lleve a cabo un buen control de las operaciones contables realizadas por las empresas y otras unidades involucradas en el proceso contable.
- Revisión y validación de partidas y saldos de cuentas contables
- Elaborar partidas de cierre mensual y anual.
- Verificar en los asientos de diario, rubros y que las cuentas contables estén aplicadas correctamente.
- Revisión de los libros auxiliares, contables y administrativos legales
- Elaboración del presupuesto contable.
- Elaborar y proporcionar los estados financieros mensuales y anuales a la Gerencia Financiera; así como, otras entidades autorizadas.
- Custodiar y controlar la existencia de facturas, comprobantes de crédito fiscal y libros legales de la empresa según las divisiones.
- Controlar el cumplimiento de las obligaciones tributarias, a fin de mantener a la empresa en una posición de solvencia y evitar posibles multas por entrega de información extemporánea
- Validar mensualmente las conciliaciones de todas las cuentas bancarias de cada empresa y sus movimientos contables.
- Elaboración del presupuesto contable.
- Elaboración cuadro activo fijo y biológico
- Elaboración de cuadro de depreciación
- Elaboración de provisión patronal
- Elaboración de cuadros de retención de renta
- Requerimientos de papelería para el área contable.
- Revisión saldos IVA, crédito y débito fiscal, Caja General y Retenciones
- Revisión de declaraciones de impuestos (pago a cuenta, F930, IVA, etc.) y consolidación de la información.
- Revisión de los Kardex vrs. Inventarios para establecer faltantes y realizar informe.
- Distribución de correlativos de las facturas de consumidor final y comprobantes de crédito fiscal, notas de créditos, notas de remisión, emitidos por la empresa.

	MANUAL DE PUESTOS Y DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES	Código: ADM-ORG-CEC
		Fecha: Enero 2017
		Página: 32 de 33

MASAJISTA/ENCARGADA DE TIENDA

IV. DATOS GENERALES


DENOMINACIÓN DEL PUESTO:	MASAJISTA/ENCARGADA DE TIENDA
JEFE INMEDIATO:	JEFE DE SERVICIOS TURISTICOS
ÁREA ORGANIZATIVA:	Administración
OBJETIVO PRINCIPAL DEL PUESTO:	Dar un servicio de comodidad y profesionalismo a los turistas. Promover los artículos y recuerdos que se tienen en la tienda.
DEPENDENCIAS:	N/A
UNIDADES CON QUIENES SE RELACIONA	DE FORMA DIRECTA: Jefe de Servicios Turísticos.
	DE FORMA INDIRECTA: Encargado de Restaurante y Encargado de Actividades Turísticas

V. REQUISITOS DEL PUESTO

FORMACIÓN ACADÉMICA:	Leer y Escribir, operaciones básicas	
EDAD:	De 25 a 50 años	
GENERO DESEABLE:	Indiferente	
EXPERIENCIA REQUERIDA:	N/A	
CONOCIMIENTOS REQUERIDOS:	<ul style="list-style-type: none"> - Anatomía - Sistema óseo - Aceites y cremas para masajes - Terapias de relajación - Inventario de productos - Manejo de Efectivo - Experiencia en comercialización 	
HABILIDADES TÉCNICAS:	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicación de fuerza manual y corporal. - Saber detectar forma y características musculares 	
APTITUDES:	<ul style="list-style-type: none"> - Amable - Proactiva - Disciplinada - Aseado 	<ul style="list-style-type: none"> - Educada - Ética - Responsable - Discreta - Respetuosa
EQUIPO Y MAQUINARIA:	Cama para masajes, tina de baño, aceites y cremas para masajes. Estantes, mostrador, escalera, bodega, caja registradora, calculadora.	
CONDICIONES DE TRABAJO:	En Sala de masajes, exposición a humedad, mucho trabajo manual por lo que se recomienda evitar contacto inmediato con agua. Trabajo a diferente nivel cuando se utilice escalera al acomodar productos en estantes.	

VI. FUNCIONES DEL PUESTO

FUNCIONES GENERALES:
<ul style="list-style-type: none"> - Proporcionar masajes relajantes y terapéuticos a los clientes, y promover la compra de recuerdos en la tienda.

	<p style="text-align: center;">MANUAL DE PUESTOS Y DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES</p>	Código:	ADM-ORG-CEC
		Fecha:	Enero 2017
		Página:	34 de 33

V. APROBACIÓN, VIGENCIA Y ACTUALIZACIONES

Versión	Parte modificada	A cargo de	Modificación	Fecha	Aprobado Por	Firma
01	Primer documento	Alba Alvarez, Eliu Ayala, Mario Zelaya	Redacción de documento completo	01/junio/2017	Gerencia General	

ii. METODOLOGÍA DE IMPLEMENTACIÓN DEL MANUAL

Objetivo:

Desarrollar las actividades necesarias para la implementación de una nueva estructura organizacional concientizando a todo el personal que estará involucrado.

Alcance:

Todo el personal Administrativo y Operativo que trabajara directamente en Punta Real de forma que se tenga un orden jerárquico y delimitadas las responsabilidades.

Limitaciones:

El nivel educativo obliga a que el aprendizaje y disciplina dentro de esta estructura deberá implementarse con el trabajo diario y ser evaluado constantemente sobre todo en temporadas altas y el éxito dependerá del acompañamiento que se otorgue a cada integrante del equipo.

Procedimiento:



Diagrama 21 Metodología de Implementación de Manual

Para este procedimiento deberá tenerse en mente el ciclo de mejora continua, que permita el Empoderamiento de todo el personal sobre las funciones asignadas. Y que todo cambio entre las funciones y puestos asignados debe evaluarse cuidadosamente todos los efectos que podría desencadenar.

Es recomendable que la evaluación del personal se haga mediante una metodología objetiva y contra las funciones asignadas.

Todas las evaluaciones o cambios a considerar deben ser hechas por un grupo de personas y no dejar los cambios a libre arbitrariedad de una sola persona. De preferencia se sugiere hacerlo en conjunto con la directiva de la Cooperativa.

CAMBIOS PROPUESTOS EN LA ORGANIZACION

Comparación de la situación actual vs la implementación de actividades que contribuyan al mejoramiento de los procesos internos.

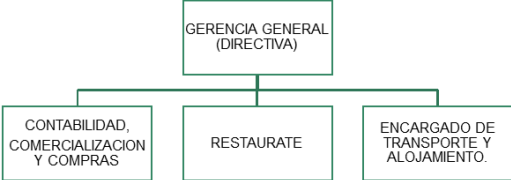
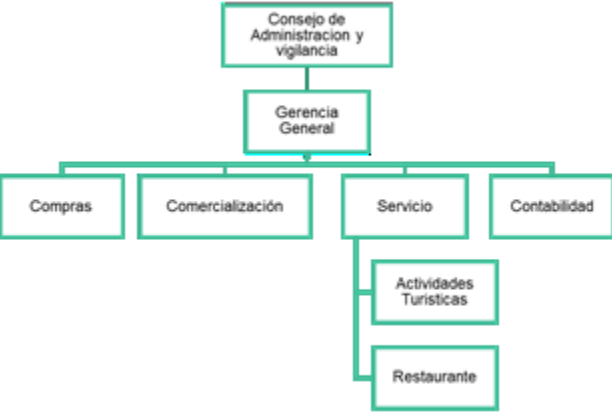
ORGANIGRAMA ACTUAL	ORGANIGRAMA PROPUESTO
	
<p>Actualmente la cooperativa cuenta con una estructura básica, un tanto cargada para la persona que realiza las funciones de contador. Además de estar pendiente de reservaciones que efectúan los clientes, normalmente esta persona supervisa la operación del centro ecoturístico.</p>	<p>Esta nueva estructura permite la distribución de responsabilidades a diferentes personas. Lo que permitiría un mejor control en cada área y a su vez abrir la oportunidad de incorporar más personal.</p>
<p>EXPLICACION DEL ORGANIGRAMA</p>	<p>EXPLICACION DEL ORGANIGRAMA</p>
<p>Del Contador y encargado de compras se desprenden dos líneas que sirven para representar las dos actividades principales y son la elaboración de comida y el traslado de turistas desde el malecón hasta Punta Real. En ocasiones cuando se prevé un incremento de demanda por temporada se contrata a una persona más para ayudar con labores de limpieza y apoyo en cocina.</p>	<p>Como es de esperarse la parte operativa es la más cargada de todo el diagrama pero esta forma permite cubrir todas las áreas. Asegurando la CALIDAD DE ATENCION AL CLIENTE en la parte medular de todo el negocio que son los servicios turísticos, transformando la oferta de una opción más a una opción realmente diversificada, también facilita el mantenimiento de cada área, porque cada quien se mantiene al tanto de las necesidades del cliente.</p>

Tabla 191 Organigrama Propuesto

Cronograma de Actividades para la implementación

Este es un cronograma de Implementación inicial de una nueva estructura organizativa que gran parte de su efectividad radica en el seguimiento y periodo de prueba que debe ser acompañado de coaching.

	MES	DURACION (días)	1er MES					2do MES						
			SEMANA	1	2	3	4	5	5	6	7			
Discusión de la nueva Estructura Organizativa		1												
Elaborar Ajustes		1												
Reunión con el Personal que labora actualmente para divulgación		1												
Desarrollo de actividades en labor de quipo.		1												
Establecimiento de un plan de incorporación de mas personal		6												
Entrevistas de candidatos a incorporarse		10												
Asignación de responsabilidades y Periodo de prueba (seguimiento diario)		28												
Presentación de nuevo personal y Asignación de actividades		1												
		49												

En las reuniones con el personal deberán hacerse actividades que fomenten el trabajo en equipo por ejemplo:

- a) Videos motivacionales
- b) Dinámicas de Grupo
- c) Charlas
- d) Discusión de situaciones

Cada vez que se incorpore personal deberá seguirse este procedimiento tratando de enfatizar dos puntos

1. Respetar el orden jerárquico y
2. ser disciplinado cumpliendo con las funciones asignadas.

Una vez superada la etapa de prueba debe hacerse una evaluación para otorgar las responsabilidades de cada puesto o reasignarlas al personal más apto

b. PROYECTO: IMPLEMENTACIÓN DEL MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

En el Rubro de turismo lo principal la disponibilidad y calidad de servicios de atención, por esto es que debe diseñarse correctamente los diferentes Macro Procesos o procedimientos principales para obtener una estandarización acorde a cada servicio que se ofrece.

Los procedimientos aquí diseñados han sido elaborados considerando los “momentos de verdad” y la logística de trabajo que se desarrolla “tras bambalinas”. Los procesos descritos se basan en la Excelencia Empresarial y El enfoque por Procesos.

La Excelencia Empresarial consiste en *“Organizar, gestionar y hacer todo bien a la primera, siempre y todos, en todos los ámbitos de la organización, logrando resultados integrales excelentes planificados.”*³⁶

EFQM y la Comisión de la UE, base del Premio Europeo a la Calidad establecen que las organizaciones deben organizarse y gestionarse de acuerdo a los principios de la excelencia siguientes:

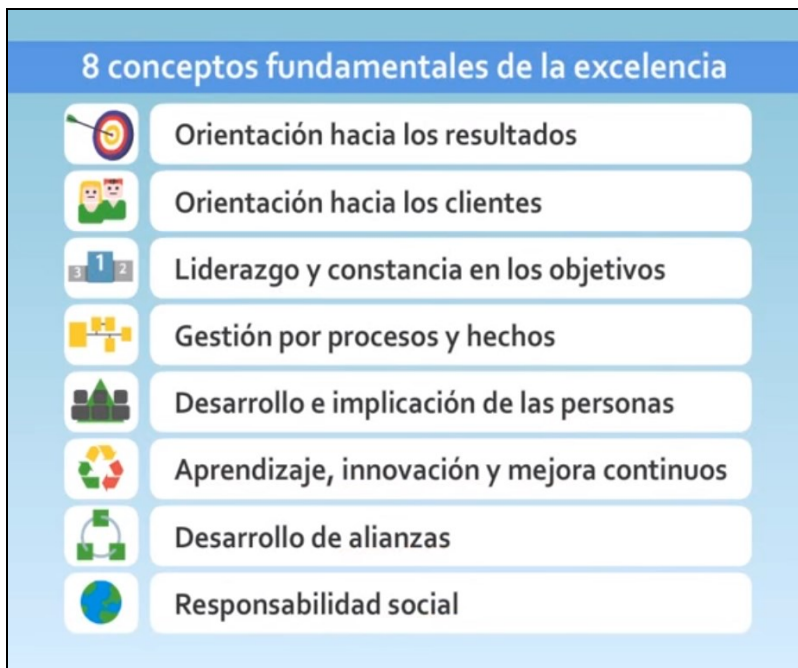


Ilustración 155 Principios del modelo EFQM

La Gestión de Procesos ha de buscar el factor de éxito cuando los empleados reconocen que sus actividades individuales son parte de algo mayor, se alinean en torno a metas comunes:

- La estrategia general de la organización
- La satisfacción del cliente

Y aunque la estructura organizacional propuesta para el Centro Ecoturístico es de forma Jerárquica Tradicional, la gestión de procesos es capaz de adaptarse y coexistir en una

³⁶Tomado de: <http://www.guiadelacalidad.com/modelo-efqm/excelencia-empresarial>, de la publicación GUIA DE LA CALIDAD, 2017.

estructura organizacional Jerárquica Tradicional porque se basa en una filosofía y forma de trabajo funcional en un enfoque de satisfacción plena del cliente.

Donde todo se centra en la Orientación hacia los clientes, en especial cuando se trata de un servicio y mucho más cuando de servicio de atención para relajación, seguridad y confort que busca todo turista.

Teniendo como punto de partida el Cliente y como punto final el Cliente, y en cada etapa del proceso un “Proveedor” – “Cliente Interno” y este último en la siguiente etapa se convierte en “Proveedor” del siguiente “Cliente Interno”

Al final debe tenerse en mente el Cliente final, las relaciones Cliente-Proveedor y el valor añadido que otorga cada etapa del proceso.

Proceso de Apoyo o Soporte (gestión o Estratégicos)

Se tienen otros grupos de tareas y operaciones como Gestión del Personal, del Conocimiento, de los Recursos financieros, físicos, tecnológicos, que no aportan valor directamente al cliente final pero son totalmente necesarios para el adecuado funcionamiento de la empresa procesos

Así se tiene ya definido el marco general del MODELO ORGANIZATIVO, este será el mapa de procesos que apoyándose en la estrategia permitiera establecer objetivos, y pasadas de gestión en la organización. Sobre cada proceso vamos a aplicar la lógica de este nuevo enfoque de gestión:

Misión del proceso, objetivos e indicadores considerando sobre todo el cliente, entradas y proveedores de las mismas, salidas, productos o servicios y clientes, propietario del proceso que es aquella persona responsable que se cumpla su misión y se alcancen sus objetivos, procesos e instrucciones que describan su inicio, desarrollo y final.

Finalmente enfatizar en la diferencia entre Proceso y procedimiento, conceptos muy similares pero distintos que es necesario tener claros para elaborar un mapeo de proceso.

Proceso: la unidad de gestión desde la necesidad del cliente hasta la entrega del producto o servicio.


Procedimiento: las instrucciones de funcionamiento pasó a paso.

Elaboración de manuales para la Cooperativa Punta Real donde estos servirán como herramienta para estandarizar las acciones y desempeño para cada uno de los procesos para los cuales se establece un manual de procedimiento de los mismos donde dichos manuales que se presentan son los siguientes:

- Compras / Abastecimiento
- Reservaciones
- Restaurante
- Transporte

MANUAL DE PROCESOS



	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Código	MDP-PR
		Página 476 de 20	

PROCESO DE COMPRA

INTRODUCCION

El siguiente Manual describe el Procedimiento de Compra dicta los lineamientos a seguir en cada compra de forma que se tenga control sobre las compras efectuadas tanto para la para la operatividad así como para la inversión en el centro Ecoturístico

OBJETIVO


Determinar las políticas y procedimientos de compras, que regirán las adquisiciones que realice Punta Real, garantizando a través de los productos y servicios adquiridos, el funcionamiento oportuno y eficiente de las actividades administrativas y operativas de la empresa.

ALCANCE

Este manual será aplicable a todas las solicitudes de compra de materiales, insumos, maquinaria, equipo, servicios, construcción o remodelación que mediante un requerimiento escrito y utilizando los canales adecuados, solicite y justifique la compra de productos, insumos y/o contratación de servicios, que le permitan poder cumplir con sus funciones de forma oportuna y eficiente.

1. POLITICA

- a. Está prohibido realizar compras que no hayan sido justificadas previamente
- b. Se da por inválido todo procedimiento de compra que no cumpla con la documentación en regla.
- c. Debe respetarse el orden de las firmas para la emisión de órdenes de compra
- d. Se realizara una compra cada quince días o bien para un mes.
- e. Todas las compras deben estar presupuestadas. Y se realizara comparativo contra el nivel de inventarios.
- f. Cualquier necesidad de compra de algún bien o servicio debe solicitarse al menos con tres días de anticipación.
- g. Según sea el monto de la compra deberá presentarse dos o tres

	<p align="center">MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p>	Código	MDP-PR
		<p align="center">Página 3 de 20</p>	

PROCESO DE COMPRA

- j. Según sea el monto de la compra deberá presentarse dos o tres cotizaciones
- k. No se admitirán solicitudes de compra urgente, todas deben tramitarse con tres días de anticipación.

2. DIAGRAMA DEL PROCESO

A continuación se presenta el diagrama del procedimiento de valor agregado al cliente interno.

3. DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO

COMPRAS DE MAQUINARIA, EQUIPO O SERVICIOS VARIOS.

La unidad solicitante debe elaborar requerimiento de compra

Anexar copia de nivel de inventario

Justificar la compra

Delimitar un periodo de respuesta

Gestiona las firmas

Se revisa requerimiento y nivel de inventario

Solicitar cotizaciones

Elaborar cuadro comparativo

En reunión examinar el cuadro y otorgar compra

Elaborar Orden de Compra

Solicitar efectivo o Cheque para pago.

COMPRAS DE MATERIAS PRIMAS

Elaborar listado


Anexar Inventarios

Solicitar Efectivo o Cheque

Gestionar Transporte

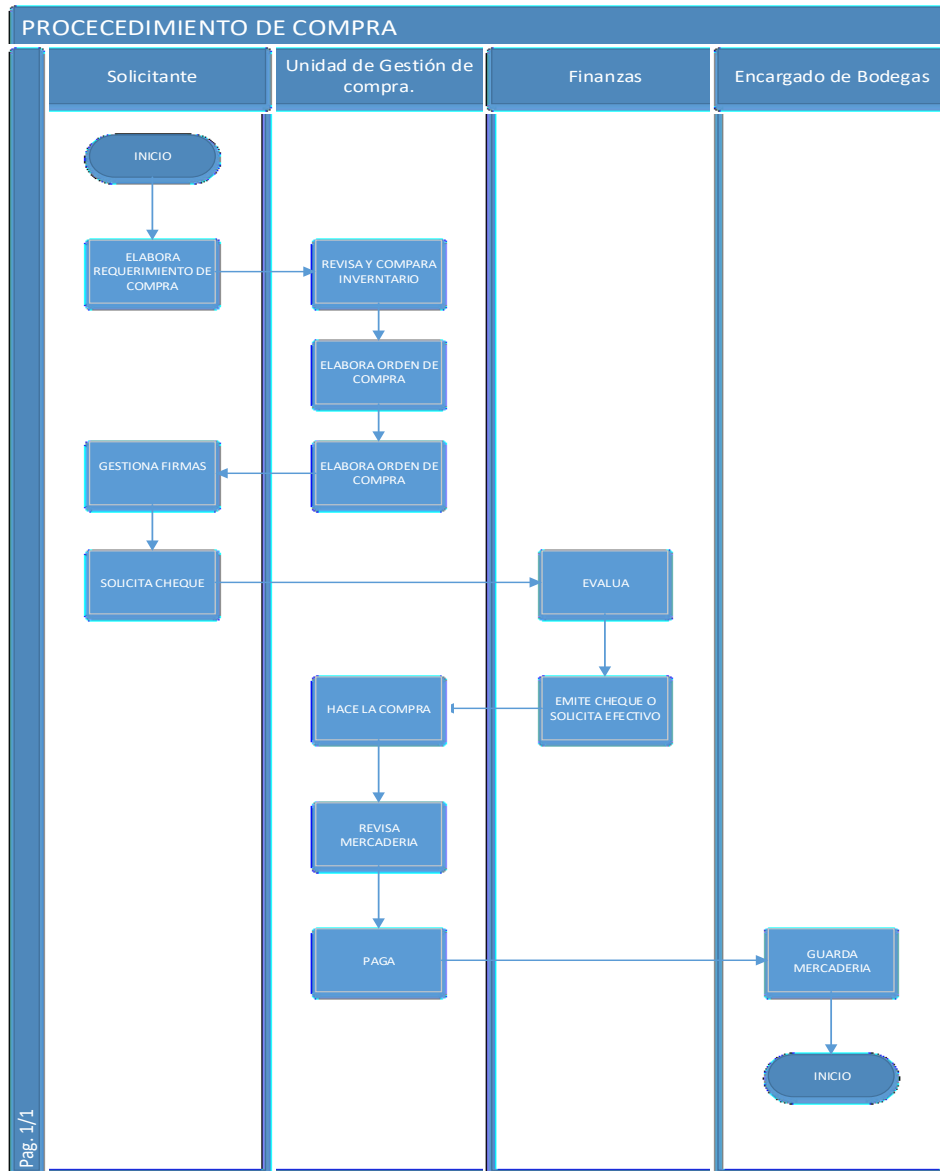
Realizar la compra


Registrar ingresos de materias primas o insumos


	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Código	MDP-PR
		Página 4 de 20	

PROCESO DE COMPRA

5. FLUJOGRAMA



RESUMEN DE PROCESO		CODIGO	0001	FASE	PAGINA
		FICHA RESUMEN DE PROCESO		1	1
				VERSION	FECHA
		1	jul-17		
PROCESO				PROPIETARIO	
COMPRAS Y ABASTECIMIENTO				ENCARGADO DE COMPRAS	
MISION				DOCUMENTO	
GESTIONAR LAS COMPRAS SEGÚN LAS NECESIDADES Y EN EL TIEMPO ESTABLECIDO				MANUAL DE COMPRAS	
ALCANCE	EMPIEZA: UNIDAD SOLICITANTE				
	INCLUYE: GESTION DE COMPRA, TESORERIA, BODEGAS DE INVENTARIO.				
	TERMINA: ENTREGA DE PRODUCTO				
ENTRADAS: REQUERIMIENTO DE COMPRA, CUADRO COMPARATIVO, ORDEN DE PEDIDO					
PROVEEDORES: DE ARTICULOS DESTRUCTIBLES, PAPELERIA, MATERIA PRIMA, COCINA, ETC.					
SALIDAS: PRODUCTOS O SERVICIOS ENTREGADOS					
CLIENTES: NORMALEMENTE EL CLIENTE INTERNO, PARA COMPLETAR TAREAS Y ENTREGARLAS A LA SIGUIENTE ETAPA					
INSPECCIONES			REGISTROS		
AUDITORIAS			REQUERIMIENTOS DE COMPRA, ORDENES DE COMPRA, Y FACTURAS		
VARIABLES DE CONTROL			INDICADORES		
LIMITES DE COMPRA, SEGÚN COTIZACION, NUMEROS DE COTIZACION, FIRMAS.			NO CONFORMIDADES, FACTURAS NO PAGAS, CANTIDAD DE COMPRAS POR AREA, PRESUPUESTOS MENSUALES		
ELABORADO	FECHA	REVISADO	FECHA	APROBADO	FECHA

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Código	MDP-PR
		Página 6 de 20	

PROCESO DE RESERVACIONES

INTRODUCCION

El siguiente Manual describe el Procedimiento Reservas y dicta los lineamientos a seguir en cada reservación de forma que se pueda programar la visita de los turistas de forma ordenada y considerar los requerimientos de espacio, como logística de transporte.

OBJETIVO


Determinar las políticas y procedimientos de reservas, para asegurar una calidad en los servicios de atención y promover una estandarización en el proceso de atención al cliente.

ALCANCE

Este manual será aplicable a todas las reservas que se programen, y es de obligatorio conocimiento todas las políticas aquí detalladas para uniformizar la información que se brinda a los clientes en cuanto a sus derechos y restricciones al usar las instalaciones del lugar.

1. POLITICA

- a. Se atenderá a todos los clientes que deseen visitar Punta Real a través de un sistema de Reservación siempre y cuando la reserva se realice con 48hrs de anticipación
- b. La reserva de habitaciones para visita a Punta real es con capacidad mínima de 2 personas
- c. Las reservas pueden hacerse Vía Telefónica, o por correo electrónico.
- d. Para toda reserva debe solicitarse documentación siguiente: DUI, NIT, TARJETA DE CREDITO O DEBITO
- e. Las reservas de alojamiento deberán cancelarse 50% adelanto
- f. La capacidad máxima por habitación o bungalos es de 4 personas.
- g. Todas las reservas están sujetas a DISPONIBILIDAD
- h. Buscar siempre la mejor distribución de las personas, de acuerdo a la cantidad de personas en el grupo y considerando las reservas programadas o entrantes según demanda proyectada.
- i. Todas las reservas deben ser notificadas de forma escrita al Jefe de Servicios Turísticos.
- j. En la reserva debe incluirse la promoción gastronómica

	<p align="center">MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p>	Código	MDP-PR
		<p align="center">Página 7 de 20</p>	

PROCESO DE RESERVACIONES

- l. Se debe programar la fecha, hora y cantidad de personas a las que se ira a recibir al malecón así como la hora de salida.
- m. Considerar siempre el espacio suficiente para la acomodación de personas y equipaje
- n. Punta Real no se compromete a mantener Reservación si no se han cancelado los 50% de adelanto
- o. Toda reservación debe notificarse al área de Restaurante indicando cantidad de personas y tipo de paquete seleccionado
- p. También debe notificarse al encargado de Actividades Acuáticas para la programación de sus actividades.

3. DIAGRAMA DEL PROCESO

A continuación se presenta el diagrama del procedimiento de cadena de valor del servicio al cliente.

4. DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO

Recibir la llamada o correo

Contestar formalmente las dudas del cliente

Dar la descripción de paquetes con el detalle de los servicios

Si el cliente está interesado tomar los datos personales del cliente así como la información de la reserva y paquete seleccionado.


Ingresar la reserva calendarizando fechas e informar a todo el personal

Llamar posteriormente para indicar al cliente los detalles de la logística para recibirlo en el Malecón

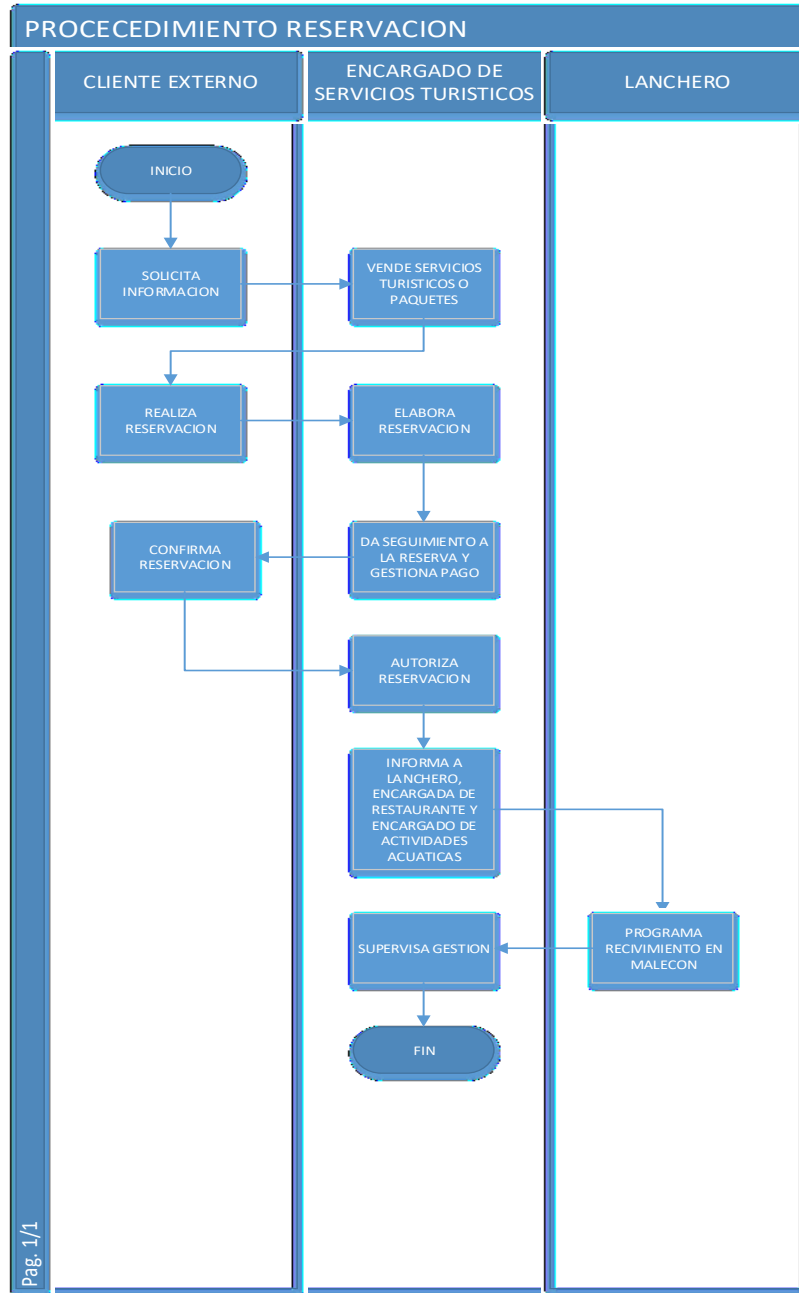
Establecer las condiciones de pago

Explicar las restricciones en el uso de instalaciones.


Ultimar detalles con Lancharo, Encargada de Restaurante y encargado de Deportes Acuáticos.

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Código	MDP-PR
		Página 8 de 20	

5. FLUJOGRAMA



Pag. 1/1

	<p>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p>	Código	MDP-PR
		<p>Página 10 de 20</p>	

PROCESO DE SERVICIO RESTAURANTE

INTRODUCCION

El siguiente Manual describe el Procedimiento general de servicio de Restaurante para asegurar una atención adecuada y estandarizada considerando que la parte gastronómica en turismo es una parte primordial.

OBJETIVO


Normar el procedimiento de atención en restaurante para el servicio de alimentos, bebidas y demás.

ALCANCE

Todo el personal en el área gastronómica en el área de cocina, restaurante y bar.

POLITICA

- a. Se atenderá a todos los clientes en orden de prioridad
- b. El personal que atiende en restaurante deberá portar siempre el uniforme
- c. Solamente se ofrecerán los productos detallados en el menú
- d. Se busca mantener la disponibilidad de la variedad gastronómica de acuerdo a la temporada.
- e. Se coordinará con los meseros y el auxiliar de cocina servir las ordenes en cada uno de los bungalós, hamaqueros o cualquier parte de las instalaciones a excepción de la piscina.
- f. Es responsabilidad de los meseros llevar un estricto orden de las cuentas
- g. Es obligación de todo el personal apegarse al procedimiento de Atención al Cliente para Servicio de Restaurante. VER PROCEDIMIENTO.

	<p>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p>	Código	MDP-PR
		<p>Página 11 de 20</p>	

PROCESO DE SERVICIO RESTAURANTE

DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO

Se tienen las siguientes etapas del procedimiento de Atención al Cliente en Restaurante

a) La bienvenida

Con un saludo respetuoso y amable tratando de recordad los nombres y gustos de los clientes.

No hacer esperar a los clientes

Preguntar cuántas personas acompañan

Retirar la silla de la mesa para que los clientes se sienten

Ayudar a unir mesas si fuera necesario

Ofrecer la silla para bebes cuando así sea necesario.

b) La elección " Sugerir"

Sugiera al cliente un aperitivo o una entrada, ¿Desea algo de tomar?

Si el cliente lo desea tome la orden y llévela de inmediato al departamento que corresponda (bar o cocina).

- Sirva los aperitivos y en su caso las entradas
- Ofrézcale la carta menú, para seleccionar lo que desea ordenar
- Si el cliente aun no desea ordenar....

Sugiera los platillos y especialidades de acuerdo a sus respuestas

Realice algunas preguntas de sondeo como:

Escuche atentamente para conocer el tipo de alimento que el cliente desea, ejemplo:

c) Llenado de comanda

Cheque constantemente los tiempos en la cocina y bar y vigile que no se atrase.


Al salir de la cocina los platillos revisaran que salgan con la presentación adecuada, revise que salgan calientes (Las sopas humeando)

Advierta al cliente si los platos van calientes

Si por alguna razón no hubiese algún producto Avise de inmediato al cliente y dígame que el producto no estaba a la altura de nuestra calidad. **RECUERDE** en la forma en que lo haga dependerá la contestación.

UNA SONRISA, UNA ACTITUD SINCERA, LE AYUDARA A SALIR DEL PROBLEMA

Un quita migajas, nunca con la mano.

	<p style="text-align: center;">MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p>	Código	MDP-PR
		Página 12 de 20	

PROCESO DE SERVICIO RESTAURANTE

d) Mantenga la mesa limpia

Retire constantemente los muertos de la mesa, Platos sucios, vasos, etc.
 Elimine migajas de pan discretamente con una quita migajas, nunca con la mano.
 Si el cliente tira su mantelería recójala y proporciónale otra.

e) Detalles


Cambie ceniceros sucios y coloque ceniceros limpios
 Cuidar cuchillos fleteros para evitar que tengan la punta doblada
 No utilizar loza despostillada para el servicio.
 No se deberán usar dos tipos de ceniceros
 Sea discreto
 No debe escuchar las conversaciones de los clientes, ni siquiera dar la impresión de que los está escuchando.

f) Cancelaciones

Si el cliente por alguna razón desea cancelar un platillo, retírelo y envíelo a la cocina.
 Pregunte al cliente la causa.
 Si el cliente rechaza el platillo porque no fue de su agrado: **Pídale una disculpa.**
 Jamás discuta con él, si el cliente se encuentra sumamente molesto informe al encargado para que atienda el problema personalmente.
 Pregunte si desea ordenar otra cosa.
 Avise al Encargado de cocina del percance y que autorice la cancelación.

g) Prepare la Mesa para el postre

Terminen los platos fuertes, retire todos los muertos de la mesa, los saleros y el cubre mantel; Con la mesa limpia coloque los cenicero (en área de fumar) y ofrezca al cliente algún digestivo, postre, café, etc.
 No insista demasiado.
 Muestre la charola de pasteles para elegir.
 Cuidado al flamear con botellas, utilice una mesa auxiliar; Puede ocasionar un accidente
 Adelántese a las necesidades del cliente: encienda cigarrillos o puros cuando algún cliente se disponga a fumar.
 Cuando termine el postre, retire los muertos y ofrezca agua que el cliente no sienta que lo presionamos para que pída la cuenta.... No se acerque constantemente, acechándolo como si quisiera correrlo.

	<p>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p>	Código	MDP-PR
		<p>Página 13 de 20</p>	

PROCESO DE SERVICIO RESTAURANTE

h) La cuenta

Si el cliente solicita la cuenta avise a la caja para que se prepara

Revisa la cuenta personalmente, conciliando las comandas.

Entregue de inmediato la cuenta al cliente con su cambio, no esperes que este lo solicite pues se puede mal interpretar.

Si el cliente elige forma de pago con tarjeta.

Medidas de seguridad para tarjetas de crédito:

Revisa que la tarjeta este vigente

Conserve la tarjeta en tu poder mientras realiza el procedimiento

Verifica que el nombre de la persona grabado en la tarjeta corresponda al sexo y nacionalidad del portador

Cuando las transacciones de crédito no sean autorizadas por el sistema punto de venta o cuando la terminal se encuentre fuera de línea, se pedir autorización vía voz, consulta con el encargado para ver si puedes realizar la operación

En los voucher emitidos revise perfectamente que los datos sean iguales a los que aparecen en el relieve de la tarjeta

Examine cuidadosamente que la firma del Boucher sea igual a la de la tarjeta.

Si no coincide informa al encargado

Estado físico de la tarjeta

Si por alguna razón el cliente no pudiera utilizar la tarjeta informe al encargado

Deje el espacio libre para propinas, cuando el cliente totalice la cuenta revise que la suma sea correcta., si hay error imprima nuevamente otro voucher, entregándole al cliente el correcto

Después de firmar el cliente, regrese la copia del voucher al cliente con la nota de consumo.

i) La despedida

Después de que el cliente haya pagado su cuenta:


No debe olvidar agradecerle su visita.

Mencione que el restaurante es su casa y que estaremos contentos de poder atenderle en otra ocasión.

Inmediatamente después que los clientes se hayan retirado deberá montar de nueva cuenta la mesa utilizada para evitar el mal

Aspecto que da el equipo sucio en la mesa. Cambie el mantel y él cubre:


Él mantel debe enrollarse para evitar que algunas migajas de pan o alimentos caigan al piso. Por ninguna razón deberá sentarse a un cliente en una mesa que no esté debida y totalmente montada.

	<p>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p>	Código	MDP-PR
		<p>Página 14 de 20</p>	

PROCESO DE SERVICIO RESTAURANTE

j) Montaje:

Simetría de las mesas. (Las mesas se calzan con corcho o madera, no con cartón).
 Limpieza de cubierto (Desincrustar trapear)
 Trapear loza de montaje
 Rellenar saleros y pimenteros (Cernir sí es necesario)
 Labores generales
 Cambiar menús porta-menús en mal estado
 Montar charola de postres
 Limpieza de vidrios y espejos
 Limpieza de Puertas y elementos de madera del salón (barandales, marcos, tablas, etc.)
 Limpieza de sillas (Madera y vinil).
 Limpieza bases de mesas (revisar estabilidad, reportar cualquier desperfecto al coordinador)
 Limpieza de lámparas
 Vaciar botes de basura
 Acomodar mantelería limpia
 Actualizar el pizarrón para el siguiente turno
 Modular intensidad de las luces
 Limpiar los cuadros del comedor
 Colocar mentas en la entrada
 Eventualmente algunas empresas les invitan a participar en actividades sencillas de mantenimiento y conservación de las instalaciones del salón comedor, de acuerdo a sus capacidades y aptitudes.

	<p>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p>	Código	MDP-PR
		<p>Página 15 de 20</p>	

PROCESO DE SERVICIO RESTAURANTE

k) Normas de Higiene

- Baño diario
- Uso de desodorante
- Higiene bucal
- Cabello corto (corte conservador)
- Afeitarse a diario (no se permite usar barba y bigote)
- Manos arregladas y uñas limpias con corte uniforme
- Accesorios discretos
- Lustrar Zapatos
- El personal de comedor no debe traer pulseras de ningún tipo

l) Actitud

- Nuestra expresión de la cara debe ser siempre agradable y sonriente no demuestre malestar o cansancio.
- Comunicación: Conteste o pregunte en forma clara, usando voz moderada y lenguaje claro.
- No use términos o modismos mediocres aunque el cliente los utilice
- Sea amable en todo lo solicitado contestando siempre ¡CON MUCHO GUSTO ¡y agregando la palabra SEÑOR, SEÑORA o SEÑORITA.
- No interrumpa las conversaciones del cliente
- No ponga al comensal en la posición de instruirle o enseñarle como hacer las cosas, sin embargo, acepten sus comentarios con cordialidad y agradezca al cliente sus indicaciones.

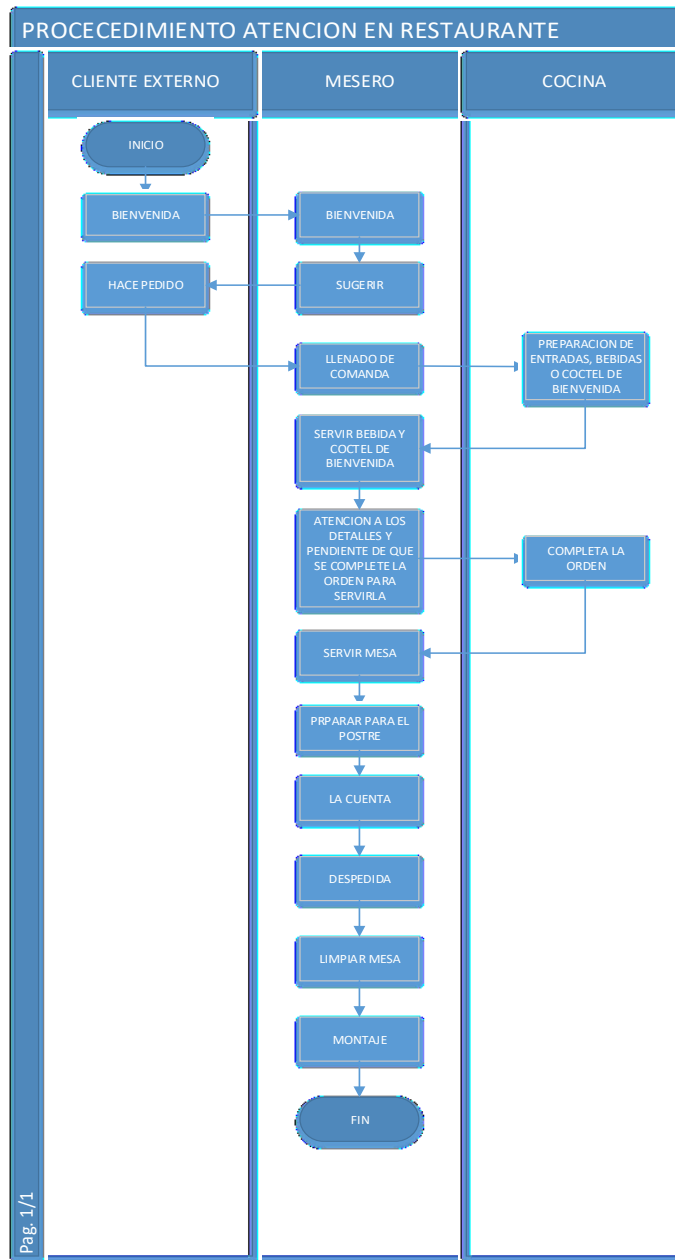
m) Actividades y funciones complementarias


- Con el objeto de mantener las instalaciones y equipo en perfecto estado para ofreceré confort y calidad a nuestros, es importante participar en algunas actividades como las siguientes:

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Código	MDP-PR
		Página 16 de 20	

PROCESO DE SERVICIO RESTAURANTE


FLUJOGRAMA



RESUMEN DE PROCESO 	CODIGO	0003	FASE	PAGINA
	FICHA RESUMEN DE PROCESO		1	1
			VERSION	FECHA
		1	jul-17	

PROCESO		PROPIETARIO
ATENCION EN RESTAURANTE		MESERO
MISION		DOCUMENTO
BRINDAR EL MEJOR SERVICIO DE ATENCION EN RESTAURANTE, DE MANERA SOBRESALIENTE EN TODA LA BAHIA		MANUAL DE PROCESOS
ALCANCE	EMPIEZA:	CLIENTE
	INCLUYE:	MESERO, RESTAURANTE, BAR
	TERMINA:	MESERO
ENTRADAS:		COMANDA
PROVEEDORES:		COCINA
SALIDAS:		ENTRADADAS, COMIDA, BEBIDA
CLIENTES:		TODOS LOS TURISTAS QUE DECEAN INGERIR ALGUN PRODUCTO GASTRONOMICO SEA BEBIDA O COMIDA
INSPECCIONES		REGISTROS
PRUEBAS ORGANOLEPTICAS DEGUSTACION Y COMENTARIOS DE LOS TURISTAS ENCUESTA DE SATISFACCION		COMANDAS, FATURACION
VARIABLES DE CONTROL		INDICADORES
TIEMPO DE ENTREGA ENTREGA DE ORDENES SEGÚN PEIDO FORMA DE ATENCION GENERAL CUMPLIMIENTO DEL MANUAL DE ATENCION AL CLIENTE EN RESTAURANTE		CRUCE DE ORDENES RECLAMOS CLIENTES QUE DEJAN PROPINA

ELABORADO	FECHA	REVISADO	FECHA	APROBADO	FECHA

	<p>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p>	Código	MDP-PR
		<p>Página 18 de 20</p>	

PROCESO DE SERVICIO DE TRANSPORTE

INTRODUCCION

El siguiente Manual describe el Procedimiento para brindar servicio de transporte en lancha a todos los turistas que así lo soliciten y dicta los lineamientos a seguir en cada viaje de forma que se pueda programar los traslados de forma ordenada y considerar los requerimientos de espacio, como logística de transporte.

OBJETIVO


Establecer las normas y procedimiento a seguir para brindar un servicio de transporte seguro para los clientes.

ALCANCE

Esta política y procedimiento será aplicable a todas las personas que están relacionadas con el servicio de traslados de turistas, así como del uso o préstamo de las lanchas.

POLITICA

- a. El servicio de transporte en lancha debe estar siempre disponible para recibir a los clientes que hayan hecho reservación para visitar punta real
- b. Serán prioridad los clientes con reservación pero también se buscara dar servicio a otros clientes que deseen embarcarse desde el malecón
- c. Es responsabilidad del lancharo estar al día con el mantenimiento y limpieza de lancha para asegurar su buen funcionamiento
- d. En caso que deba ir a taller se notificara por escrito indicando los días que estará en el taller.
- e. Para todos los traslados el Lancharo deberá estar seguro de la cantidad de combustible disponible para realizar el viaje ida y vuelta.
- f. La solicitud de fondos para combustible es otra responsabilidad de lancharo y hacerlo con anticipación.
- g. En cada viaje el lancharo debe contar con el equipo y herramientas necesarias ante cualquier percance. Así como celular debidamente cargado para realizar llamadas emergentes.
- h. Es obligación de lancharo conversar con el líder del grupo para dejar muy claro los aspectos de seguridad durante el viaje.
- i. Antes de iniciar el viaje el lancharo debe indicar a todos los pasajeros las reglas de seguridad.

	<p>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</p>	Código	MDP-PR
		<p>Página 19 de 20</p>	

PROCESO DE SERVICIO DE TRANSPORTE

- j. Queda prohibido que los pasajeros se pongan de pie durante el trayecto
- k. Se deberá hablar sobre el recorrido y lugares a visitar antes de zarpar.
- l. La estancia en cada destino dependerá de la hora de llegada al punto final y el tiempo disponible.
- m. Por ningún motivo se visitaran lugares que no hayan sido incluidos en el paquete.
- n. Es responsabilidad del lancharo hacer hincapié en que se respeten las horas de salida.
- o. El lancharo deberá ir orientando a los turistas sobre historia, datos curiosos e información general sobre el lugar visitado.

DESCRIPCION DEL PROCEDIMIENTO

Al recibir la reservación el Lancharo deberá consultar la programación de viajes

Se coordinara la lancha a utilizar en caso de tener ya programación de viajes

Si no se cuenta con lancha disponible es obligación del lancharo buscar subcontratar otra lancha para el viaje

Antes de zarpar deberá revisar los datos del cliente: teléfono, nombre, fecha y hora da salida.

El lancharo deberá llamar al cliente un par de horas antes para confirmar que se le estará esperando en el lugar indicado

Se debe saludar dando una gran bienvenida y haciendo sentir cómodos a todos los turistas

Debe ayudar a cargar el equipaje al grupo de personas.


Se darán las indicaciones de seguridad

Se indicara lugares a visitar, distancia y tiempos de llegada y salida.

En caso que los turistas deseen tomar foto agrupados dentro de la lancha deberán comunicarlo al lancharo para que detenga la marcha y pueda ayudar a coordinarlos.

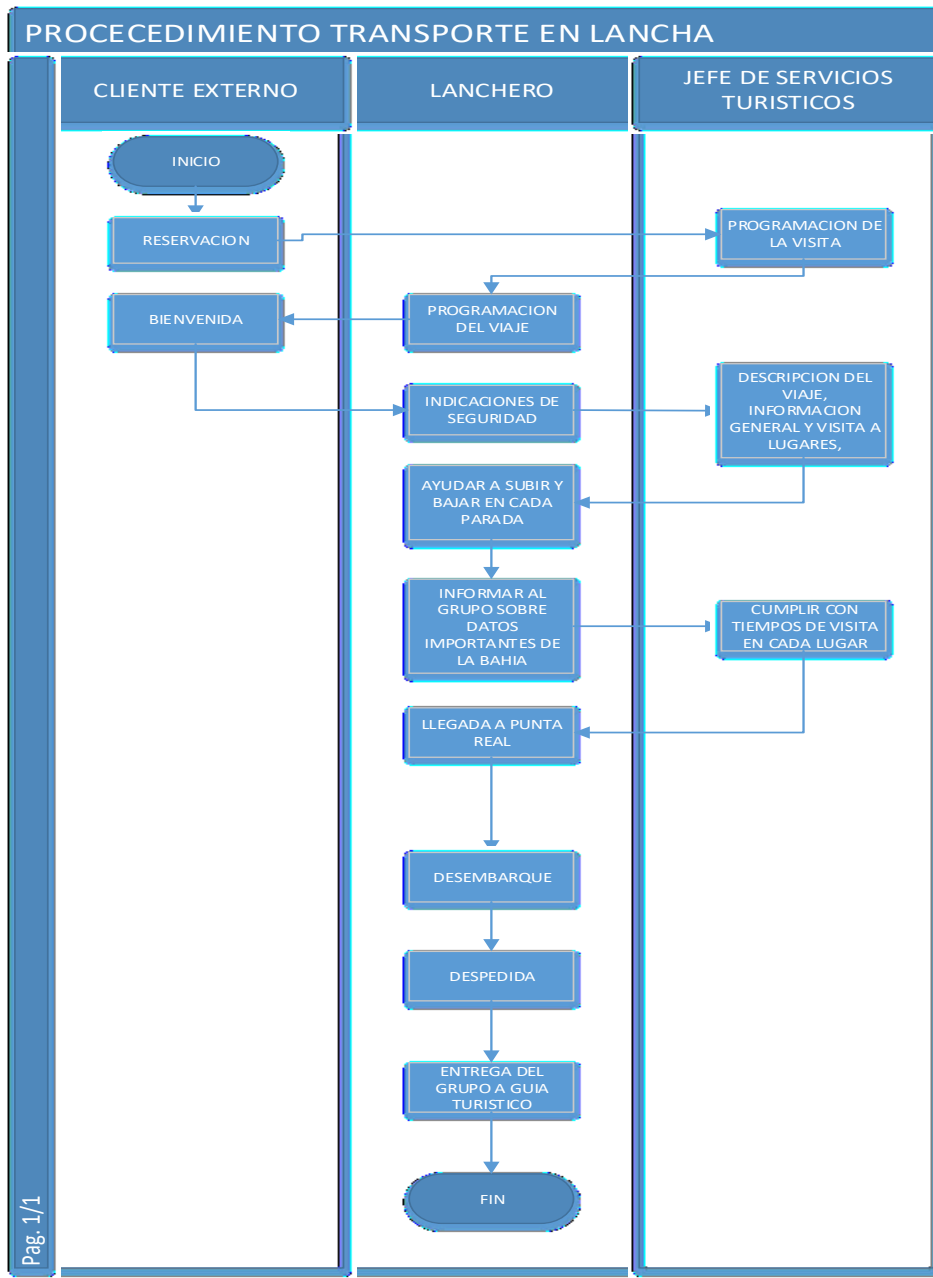
Al llegar al lugar de destino debe ayudar a descargar el equipaje


Despedirse cordialmente entregando al grupo al guía turístico que los atenderá en Punta Real

	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	Código	MDP-PR
		Página 19 de 20	

PROCESO DE SERVICIO DE TRANSPORTE

FLUJOGRAMA



RESUMEN DE PROCESO 	CODIGO	0004	FASE	PAGINA
	FICHA RESUMEN DE PROCESO		1	1
			VERSION	FECHA
		1	jul-17	

PROCESO		PROPIETARIO
SERVICIO DE TRANSPORTE EN LANCHA		LANCHERO
MISION		DOCUMENTO
TRANSPORTAR DE FORMA SEGURA A LOS TURISTAS		MANUAL DE PROCESOS
ALCANCE	EMPIEZA:	CLIENTE
	INCLUYE:	TRASLADO DE IDA Y REGRESO
	TERMINA:	ORIGEN
ENTRADAS:		TURISTAS, LANCHA, EQUIPO DE PROTECCION
PROVEEDORES:		JEFE DE SERVICIOS TURISTICOS
SALIDAS:		LLEGAR AL DESTINO DE FORMA SEGURA
CLIENTES:		TODOS LOS TURISTAS QUE HAYAN ADQUIRIDO UN PAQUETE TURISTICO PARA PUNTA REAL
INSPECCIONES		REGISTROS
Lista de Verificacion Uso de Equipo de Proteccion		Incidentes
VARIABLES DE CONTROL		INDICADORES
Tiempos de Salida y Llegada Condiciones Atmosfericas		Nivel de aceptacion de agrado del viaje

ELABORADO	FECHA	REVISADO	FECHA	APROBADO	FECHA

IMPLEMENTACION DEL MANUAL

La implementación de un procedimiento basado en la Gestión por procesos debería realizarse en 4 pasos sencillos.



Diagrama 6 Pasos de la Implementación del Manual

Pasos:

1. **Definir mapa de procesos existentes**, y relaciones entre ellas acotando con cierta precisión, y tratar de trabajar con lo más significativo y no obsesionarse con los detalles porque es imposible tener en cuenta todas las variables. Este primer paso debe ser liderado por la dirección general y apoyado por el equipo directivo.
2. **Seleccionar el proceso**, sobre el que se aplicara la gestión de procesos. Se recomienda un proceso estable y de cierta relevancia y de preferencia operativo. Además y para evitar problemas de liderazgos durante el proyecto el líder de este proceso y quien fraccione este piloto debería de ser el responsable del área funcional más relacionada. (elaborar el procedimiento).
3. **Identificar todos los elementos** Misión y Objetivos, Entradas y proveedores, Salidas y Clientes, procedimientos e instrucciones. Y definir la sistemática de gestión, seguimiento y mejora, Personas, reuniones indicadores. Todo debe hacerse con rigor necesario pero evitar el exceso de detalle y de documentación.
4. **Poner en practica rigurosa** la sistemática decidida, para la mejora de la eficacia y eficiencia, establecimiento y seguimiento de objetivos, relaciones clientes proveedores, análisis de no conformidades, desarrollo de ideas de mejora, etc. (ciclo de mejora continua).

Errores:

Importante tener a la vista el cuidado de caer en cualquiera de los errores siguientes:

- ✓ Falta de compromiso e implicación de la dirección general
- ✓ No dedicar el tiempo y recursos necesarios
- ✓ Montar un sistema de gestión paralelo y sin utilidad para el día a día
- ✓ Retrasar demasiado la puesta en marcha por querer detallar o precisar demasiado el desarrollo
- ✓ Querer implantar el proceso bruscamente.
- ✓ No sensibilizar, informar y formar debidamente a las personas que participan y a las afectadas por los cambios.

c. PROYECTO: CAPACITACIONES

El proyecto de Capacitaciones en el área de servicio y en específico en turismo se constituye como una herramienta pionera que tiene como objetivo fortalecer al sector turístico mejorando las habilidades, destrezas y conocimientos técnicos del talento humano para la ejecución eficiente de actividades, tareas y funciones que realizan en el día a día, mejorando los estándares de calidad en la prestación de servicios turísticos.

La dedicación profesional, institucionalizada o no, prepara al hombre para la vida profesional. Y comprende tres etapas interdependientes, pero perfectamente diferenciadas:

- Formación profesional. Prepara al hombre para ejercer una profesión
- Perfeccionamiento o desarrollo profesional. Perfecciona al hombre para una carrera dentro de una profesión.
- Capacitación. Adapta al hombre para cumplir un cargo o una función.

La formación profesional: Es la educación profesional, institucionalizada o no, que busca preparar y formar al hombre para el ejercicio de una profesión en determinado mercado de trabajo. Sus objetivos son amplios y a largo plazo, buscando calificar al hombre para una futura profesión. Puede impartirse en las escuelas (primaria, secundaria y educación superior), y también en las propias empresas.

El desarrollo profesional: es la educación tendiente a ampliar, desarrollo y perfeccionar al hombre para su crecimiento profesional en determinada carrera en la empresa o para que sea más eficiente y productivo en su cargo. Sus objetivos son menos amplios que los de la formación, y se sitúan a mediano plazo, buscando proporcionar al hombre aquellos conocimientos que trascienden lo que exige en el cargo actual y preparándolo para que unas funciones más complejas. Se imparte en las empresas o en firmas especializadas en desarrollo de personal.

La capacitación: es la educación profesional que busca adaptar al hombre a determinado cargo. Sus objetivos se sitúan a corto plazo, son limitados e inmediatos, buscando dar al individuo los elementos esenciales para el ejercicio de un cargo y preparándolo de manera adecuada. Se imparte en las empresas o en firmas especializadas de capacitación. En las empresas, por lo general se delega al nivel de jefe inmediato de la persona que está trabajando. Cumple con un programa preestablecido y tiene en cuenta una acción sistemática que busca la rápida adaptación del hombre al trabajo. Puede aplicarse en todos los niveles o sectores.

La capacitación implica la transmisión de conocimientos específicos relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea o del ambiente, y desarrollo de habilidades. Cualquier tarea, ya sea compleja o sencilla, implica necesariamente estos tres aspectos. Según Flippo³⁷, dentro de una concepción más limitada, “el capacitación es el acto de aumentar el conocimiento y la pericia de un empleado para el desarrollo de determinado cargo o trabajo” BcGehee señala que “el capacitación significa educación especializada. Abarca todas las actividades que van desde la adquisición de habilidades motora hasta la obtención de conocimientos técnicos, el desarrollo de aptitudes administrativas y actitudes referentes a problemas sociales” según la Nacional Industrial

³⁷ Edwin B. Flippo, Principios de administración del personal, Sao Paulo, Atlas, 1070, p.236.

Conference board, el propósito de la capacitación es ayudar a alcanzar los objetivos de la empresa.

Para nosotros no solo serán objetivos de la empresa, pues este programa de capacitaciones está dirigido tanto al personal de Punta Real como a la Comunidad en general para contribuir a la Mejora de las condiciones de vida.

Contenido de la capacitación puede incluir cuatro tipos de cambio en el comportamiento:

- Transmisión de información de información: distribuir información entre los entrenados como un cuerpo de conocimientos. A menudo, la información es genérica y referente al trabajo; información sobre: productos, servicios, organización, política reglamentos etc.
- Desarrollo de habilidades. Sobre todo aquellas destrezas y conocimientos relacionados directamente con el desempeño del cargo actual o de posibles ocupaciones futuras.
- Desarrollo o modificaciones de actitudes. En general, se refiere al cambio de actitudes negativas por actitudes más favorables entre los trabajadores, y aumento de la motivación.

En cualquier situación para la demostración de un procedimiento o técnica nueva, o el detalle de paso a paso, o en explicación de una operación tradicional, el supervisor o gerente debe explicar, enseñar, acompañar y comunicar.³⁸

CICLO DE CAPACITACION

Es el acto intencional de proporcionar a los medios para posibilitar el aprendizaje. El aprendizaje es un fenómeno que surge dentro del individuo como resultado de sus mismos esfuerzos. E sin cambio de comportamiento que ocurre día tras día en todos los individuos.

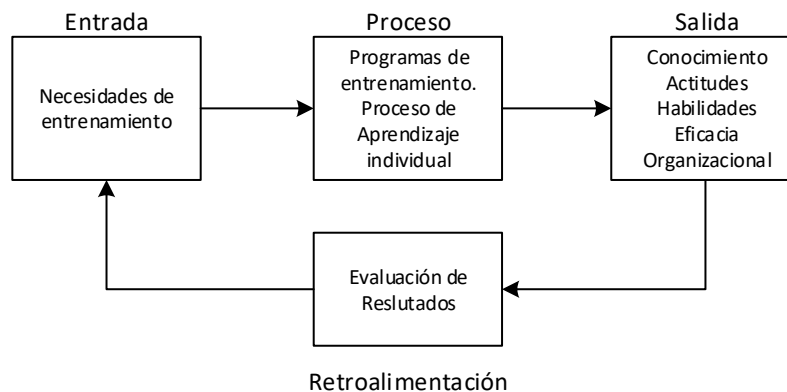


Diagrama 22 Capacitaciones en sistema

³⁸ J. Proctor y W. Thornton, Training: Handbook for line Manager, Nueva York, American Management Association, 1961.

El proceso de capacitación se parece a un modelo de sistema abierto cuyos componentes son:

- Entradas: individuos en capacitación.
- Procesamiento u operación. (throughputs) Proceso de aprendizaje individual o sea un programa de capacitación.
- Salidas (outputs) personal habilitado, éxito o eficacia en las organizaciones.
- Retroalimentación (feed back) evaluación de los procedimientos y resultados del capacitación a través de medios informales o investigaciones sistemáticas.

En términos amplios la capacitación implica un proceso compuesto de cuatro etapas.



Diagrama 23 Proceso de la Capacitación

Iniciando con el Análisis de los recursos que evalúa si los recursos humanos actuales disponibles son o no suficientes cualitativa y cuantitativamente para llevar a cabo las actividades. Puntual recomienda evaluación mediante el examen de los siguientes puntos:

INVENTARIO DE NECESIDADES DE CAPACITACIONES.

1. Número de empleados por cargo
2. Empleados necesarios en cada cargo
3. Edad de cada empleado
4. Nivel de calificación exigido por el trabajo a cada empleado.
5. Conocimiento exigido por el trabajo.
6. Actitud del empleado hacia la empresa.
7. Desempeño cualitativo y cuantitativo de cada empleado
8. Habilidad para desempeño de otros trabajos
9. Posibilidad de reclutamiento (externo)
10. Tiempo de capacitación para la fuerza laboral nueva
11. Índice de Ausentismo
12. Índice de rotación del personal
13. Descripción del cargo

Una necesidad de entrenamiento en el cargo es una diferencia entre Requisitos Exigidos y las Habilidades para las actividades actuales , el inventario de capacitaciones debe asumir la siguiente información para diseñarla programación de capacitación:

¿Qué debe hacerse?

- ¿Quién debe aprender?
- ¿Cuándo debe enseñarse?
- ¿Quién debe enseñar?

Programa De Capacitacion:

El programa de capacitación exige una planeación con los siguientes aspectos

- Enfoque de una necesidad específica a la vez
- Definición clara del objetivo de entre entrenamiento
- División del trabajo a desarrollar, en módulos paquetes o ciclos. Determinados de los recursos necesitado
- Determinación del contenido del capacitación
- Elección de los temas de capacitación.
- Definición de los recursos necesarios, tipo de entrenador o instructor, recursos visuales, audios, maquinas equipos o herramientas materiales manuales.
- Definir el grupo que va a ser entrenado:
 1. Número de personas
 2. Disponibilidad de tiempo
 3. Grado de habilidad y tipos de actitudes
 4. Características personales
- Lugar donde se efectuara el capacitación, puesto de trabajo fuera o ahí mismo,
- Época o periodicidad de la capacitación.
- Época del año, y horario más propio

Implementación De las Capacitacion:

La ejecución de las capacitaciones presupone la relación instructor aprendiz. Los aprendices son personas situadas en cualquier nivel jerárquico de la empresa que necesitan aprender o mejorar los conocimientos que tienen sobre alguna actividad o trabajo. Los instructores son personas situadas en cualquier nivel jerárquico de la empresa, experto o especializado en determinada actividad o trabajo que transmiten sus conocimientos a los aprendices. Los auxiliare, jefes o gerentes pueden ser aprendices

- La ejecución de la capacitación comprende los siguientes factores:
- Adecuacion del programa de capacitación.
- Calidad del material de entrenamiento presentado.
- Cooperacion de los jefes y dirigentes de la empresa.
- Calidad y preparación de los instructores.
- Calidad de los aprendices.

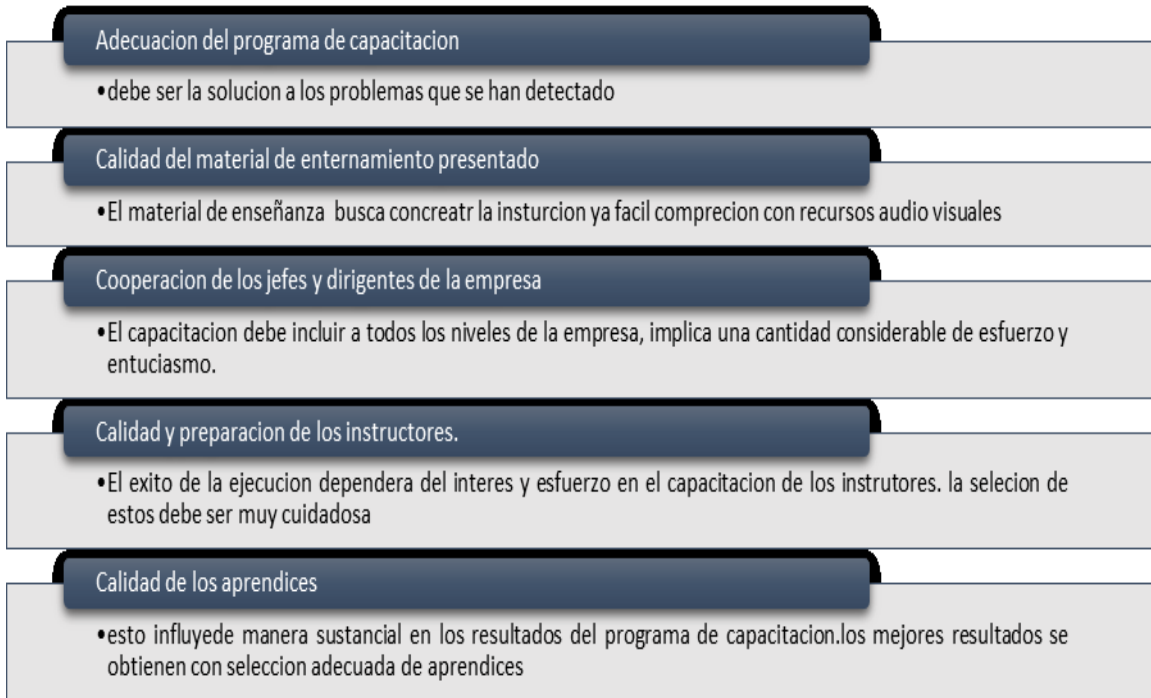


Diagrama 24 Implementación de las capacitaciones

Evaluación de los Resultados de la Capacitación

La etapa final del proceso de capacitación es la evaluación de los resultados obtenidos. Es necesario evaluar la eficiencia del programa de capacitación. Esta evaluación debe considerar:

- Determinar si el capacitación produjo las modificaciones deseadas en el comportamiento de los empleados
- Verificar si los resultados del capacitación presentan relación con la consecución de las metas de la empresa
- Además de estos dos aspectos, es necesario determinar si las técnicas de internamiento empleadas son efectivas.

La evaluación de los resultados de entrenamiento puede hacerse en tres niveles:

1. nivel organizacional:
 - a. aumento de eficacia organizacional
 - b. mejoramiento de la imagen de la empresa
 - c. mejoramiento del clima organizacional
 - d. mejores relaciones entre empresa y empleados
 - e. facilidad de los cambios propuestos e innovación.
 - f. Aumento de la eficiencia
2. nivel de recursos humanos (independizarse)
 - a. Reducción de la rotación del personal
 - b. Disminución del ausentismo

- c. Aumento de la eficiencia individual
- d. Aumento de las habilidades de las personas
- e. Elevación del conocimiento de las personas
- f. Cambio de actitudes y comportamiento

3. nivel de las tareas y operaciones.

Aumento de la productividad
Mejoramiento de la calidad de los productos y servicios
Reducción del ciclo de la producción
Mejoramiento de la atención al cliente
Reducción de índice de accidentes
Disminución del índice de mantenimiento de máquinas y equipos

En tal sentido cada capacitación deberá ofrecer simultáneamente los instrumentos de evaluación para el seguimiento de la efectividad a cada uno de los empleados de Transmitir.

• **CAPACITACIONES A IMPLEMENTAR**

Considerando las necesidades de la cooperativa de contar con personal con cierto grado de conocimiento técnico en algunas áreas y sobre todo en la atención al turista deberán ser apoyadas con capacitaciones necesarias. Y más aún con los índices de alfabetismos bajos es importante asegurar que conozcan bien sobre las actividades que se les asignaran en especial la capacitación de atención al cliente.

Por otro lado se tienen la sustentabilidad del proyecto y búsqueda del cumplimiento de las buenas prácticas de turismo las que nos indican que debería existir un manejo adecuado de desechos. Al igual de los índices de desarrollo humano abordan el tema de tratamiento de basura. Pero dadas las condiciones remotas de la península se vuelven casi imposibles de ejecutar. Por esto se ve la necesidad de implementar algo que contribuya a la mejora de esta situación.

También se logró detectar que el nivel de producción agrícola es casi nulo cuando se cuenta con una gran extensión de tierra no cultivada. Por lo que una vez más tenemos otro motivo que debería ser parte de la formación escolar para motivar los huertos caseros. Pero en este caso se incluirá como proyecto de capacitación para darles el conocimiento sobre este tema y a su vez apropiarlo para realizar el ejercicio en punta real.

A manera de resumen presentamos el listado de capacitaciones a incluir:

- a) Bisutería
- b) Capacitaciones atención al cliente
- c) Bar tender
- d) Hacer comidas a base de coco
- e) Bebidas a base de coco
- f) Capacitación
- g) Senderismo

- h) Primeros auxilios
- i) Spa
- j) Capacitaciones para compostaje casero
- k) Huerto casero

Con las que se desarrolla a hora un cuadro comparativo de los requerimientos para la planeación de las capacitaciones en punta real:

CAPACITACION	RESPONSABLE	AREA	INSTITUCION DE APOYO	DIAS	PROGRAMA
CAPACITACIONES ATENCION AL CLIENTE	Jefe de Servicios Turisticos	Todo el personal de Punta Real	ESCATUR Escuela de Capacitacion Turisctica	8	Servicio al Cliente
HACER COMIDAS A BASE DE COCO	Encargado de Cocina	Encargada de Restaurante, Auxiliar de Cocina,	ESCATUR Escuela de Capacitacion Turisctica	8	Gastronomia
BAR TENDER	Barman	Barman, Mesero	ESCATUR Escuela de Capacitacion Turisctica	8	Gastronomia
SENDERISMO	Guia Turistico	Jefe de Servicios tiristicos, Encargado de Deportes	ESCATUR Escuela de Capacitacion Turisctica	8	Servicios turisticos
SPA	Encargad de Spa	Encargada de Sala de masajes	ESCATUR Escuela de Capacitacion Turisctica	8	Servicios turisticos
CAPACITACIONES PARA COMPOSTAJE CASERO	Guia Turistico	Lanchero, Encargado de Deportes Acuaticos	MAG	2	Tratamiento de Desechos
HUERTO CASERO	Guia Turistico	Lanchero, Encargado de Deportes Acuaticos	MAG	8	Cultivos hidroponicos
BISUTERIA	Jefe de servicios turisticos	Encarcada de Restaurante, Auxiliar Restaurante,	Ayuda en Accion	15	Artesanias a base de Coco
PRIMEROS AUXILIOS	Jefe de servicios turisticos	Encargada de Restaurante, barman, Guia Turistico	MINSAL	2	Prevencion de riesgo

Tabla 192 Capacitaciones a Implementar



Ilustración 156 Capacitacion

d. PROYECTO: MEJORAMIENTO DE LA IMAGEN DEL PERSONAL

La primera impresión siempre cuenta y en el mundo de los servicios turísticos no es la excepción por ellos no basta con una atención al personal por medio de procesos estandarizados, ni ofrecer una buena oferta turística que sea atractible, sino que todo en servicio se encuentra directamente ligado de forma proporcional no sirve de nada tener los mejores platillos si el personal que los sirve da mal aspecto como de descuido ya que los turistas pueden percibir que lo que se les entrega ya sea un plato de comida u otro servicio lo asocian directamente con la calidad ya que asumen muchas veces en especial en aquellos momentos conocidos como los momentos de verdad.

No se debe olvidar que el personal es la carta de presentación que tiene un lugar turístico por ello en este proyecto se plantearan las estrategias que se deben seguir para garantizar el mejoramiento de la Imagen del Personal cada que se vuelva necesario reinventarla.

ESTRATEGIAS

- Entregar 1 vez al año un uniforme a cada miembro que labore en las instalaciones.
- Diseñar uniformes por áreas adecuando al tipo de actividad que se va desempeñar dentro de las labores; al área de cocina colocar filipinas y al resto del equipo operativo camisetas sport.
- Establecer alianzas con los lancheros de la zona y entregarles una camisa o promocionales durante su convivio en las instalaciones para que estos porten las camisas en especial en periodos vacacionales.
- Entregar artículos personalizados a los empleados como gorras, lapiceros, comandas donde estas formen parte de su uniforme de trabajo.
- Diseñar reglamento interno que especifiquen la utilización de uniformes y la higiene personal de quienes laboran en las instalaciones.
- Diseñar uniformes que se utilicen solo por temporada o periodo vacacional.
- Diseñar uniformes para eventos especiales que puedan ser utilizados siempre en eventos como bodas, bautismos y actos sociales que se puedan desarrollar dentro de la Punta San Juan del Gozo.
- Utilizar pantalón Jeans en su defecto Short en buen estado sin campana muy abierta para el caso de los caballeros y su vestimenta sin hacer alusión a ningún negocio que no sea el de Punta Real.
- En el área de cocina se debe utilizar mandil y pantalón jeans o de vestir que no sean transparentes ni rasgados.
- No utilizar maquillaje en exceso ni lociones muy fuertes en el área de cocina, utilizar las uñas recortadas y limpias en su defecto utilizar guantes.

A continuación se presentan prototipos para las camisas sport que se puede utilizar en Punta Real:



Ilustración 157 Prototipo Camisa Punta Real

e. PROYECTO: HIGIENE Y SALUD OCUPACIONAL

El Art 1 de la Ley de Prevención de Riesgos en los Lugares de Trabajo establece que los requisitos de seguridad y salud ocupacional que deben aplicarse en los lugares de trabajo, a fin de establecer el marco básico de garantías y responsabilidades que garantice un adecuado nivel de protección de la seguridad y salud de los trabajadores y trabajadoras, frente a los riesgos derivados del trabajo de acuerdo a sus aptitudes psicológicas y fisiológicas para el trabajo, sin perjuicio de las leyes especiales que se dicten para cada actividad económica en particular.

El personal a cargo de las actividades acuáticas, tales como senderismo, paseos en lancha, actividad de kayak y banana náutica, por las condiciones y clima de la zona, debe tomar en cuenta las siguientes medidas:

- Cuando guie a los turistas por los senderos, este debe utilizar protector solar, gorra y calzado adecuado, ya que en la zona el clima es tropical y en verano bastante caluroso, ya corre el riesgo de insolación, quemaduras en la piel y deshidratación.
- No debe de brindar servicios de ningún tipo a los turistas en estado de ebriedad, mucho menos paseos en lancha, ya que pone en riesgo su vida y la de los turistas.
- El personal debe usar el uniforme que le fue proporcionado por la alta gerencia, y debe de usarlo de manera adecuada.
- Los paseos en lancha solo debe realizarlos en los lugares indicados, como lo es isla Pajarito, isla La Pirraya o canal dos aguas, nunca debe realizar paseos en lancha a la Bocana El Bajón, por ningún motivo, ya que al hacerlo pondrá en riesgo su vida y la de los turistas a bordo de la lancha.

A continuación se presenta un Manual de Prevención de Riesgos Laborales, esto con el fin de que el personal tenga acceso a él e informarse sobre las recomendaciones y medidas en el ámbito laboral:

MANUAL DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES



INTRODUCCIÓN

Este manual tiene como finalidad servir de guía proporcionando medida para evitar algún incidente o accidente producto de alguna actividad no realizada correctamente. El manual presenta principios fundamentales en los lugares de trabajo, además de los riesgos en el mismo.

Los aspectos a considerar son los siguientes:

- Orden y limpieza en los lugares de trabajo
- Riesgos de manipulación de cargas
- Riesgos y seguridad frente a riesgos eléctricos
- Manipula con de carga
- Medida preventivas a riesgos eléctricos
- Riesgo y medidas preventivas para la explosión por acumulados de gas
- Riesgos y medidas preventivas en lugares específicos en la cocina.
- Riesgo y medidas preventivas equipo de trabajo
- Practicas higiénico-sanitarias
-

OBJETIVOS

Proporcionar principios, riesgos y medidas básicas en los lugares de trabajo del Centro Ecoturístico Punta Real de R.L.

ALCANCE

El manual de Prevención de Riesgos Laborales está diseñado para ser utilizado únicamente por el personal que labora en el Centro Ecoturístico Punta Real.

Principios Básicos para prevenir Accidentes de Trabajo

- Conoce, comprende y practica todas las normas de prevención, seguridad y emergencia del centro.
- No permitas métodos de trabajo que se desvíen de cualquier regla de Seguridad que se haya establecido.
- Avisa inmediatamente a tu superior de cualquier condición o práctica que pueda ser causa de lesiones.
- No emplees anillos, cadenas, pulseras o cualquier elemento que pueda ser enganchado o atrapado, o sea foco, reservorio o vehículo de residuos.
- Toda anomalía que observes en las instalaciones eléctricas y equipos de trabajo, debes comunicarla al responsable inmediato.
- Durante el manejo de vehículos han de cumplirse escrupulosamente las normas de tráfico, cuidar el estado del vehículo; tener presente las recomendaciones sobre consumo de bebidas alcohólicas o Medicamentos.
- No fumes, comas o bebas en el puesto de trabajo.

Orden y Limpieza en los Lugares de Trabajo

- Las zonas de paso, las salidas y vías de evacuación, deberán mantenerse despejadas y libres de mercancías.
- Los materiales almacenados no dificultarán el acceso y visibilidad de los equipos de emergencia (extintores, bocas de incendio, botiquines,...).
- Mantén cerradas las puertas de armarios, cajones y demás elementos con los que puedas golpearte.
- Los apilamientos de materiales deberán ser estables y seguros: Si utilizas estanterías procura que no sobresalgan de la balda. Los objetos más pesados deben colocarse en la zona inferior de las estanterías.

Si efectúas apilamientos sobre el suelo, los objetos más pesados y voluminosos deben ir en la zona inferior y se deben respetar unos límites de altura de apilamiento que garanticen la estabilidad del conjunto.

- Nunca trepes por las estanterías, utiliza escaleras manuales.
- En las zonas de almacenamiento mantén despejado de mercancías los pasos entre estanterías.
- Utiliza los recipientes destinados a la recogida de basuras, cartones, desperdicios, etc.
- Evita la acumulación de desechos en el suelo, sobre las máquinas o sobre las mesas de trabajo. Utiliza los depósitos destinados a tal fin.
- Limpia los derrames de líquidos en el suelo o cúbrelos inmediatamente con un compuesto absorbente.
- En el office, cocina o interior de las cámaras frigoríficas comprueba periódicamente que los desagües están sin obstruir.

Riesgos de Manipulación Manual de Cargas

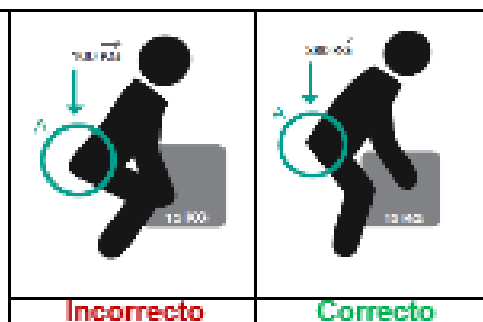
- Lesiones en la espalda por sobreesfuerzos.
- Golpes contra objetos durante las operaciones de reposición de cámaras, estanterías
- Cortes en las manos en las operaciones de manipulación de

Manipulación Manual de Cargas

- Utiliza, si es posible, los medios auxiliares para transportar objetos, como bandejas, carritos, etc., sobre todo si son pesados, voluminosos o si la frecuencia con que éstos se manipulan es elevada.
- Si el peso de la carga es excesivo o su volumen dificulta una fácil manipulación, pide ayuda a otros compañeros.
- En las operaciones de manejo de bolsas con residuos, manipulación continuada de botellas y objetos de vidrio, y, en cualquier caso, si antes de manipular un objeto compruebas que el estado de su superficie presenta bordes cortantes, clavos, astillas, suciedad, humedad, temperatura, etc., utiliza guantes de protección.
- Comprueba que dispones del espacio suficiente para el manejo de la carga antes de iniciar el desplazamiento y comprueba que el recorrido está libre de obstáculos.
- Utiliza escalerillas para alcanzar los objetos pequeños situados a una altura por encima de los hombros y así evitar manipular cargas con los brazos levantados. Nunca improvisar escaleras con cajas, taburetes sillas.

En las operaciones de manipulación manual de cargas, para evitar sobreesfuerzos, se deben adoptar las posturas y movimientos adecuados, tales como:

- Aproximarse a la carga lo máximo posible.
- Asegurar un buen apoyo de los pies, manteniéndolos ligeramente separados. En caso de que el objeto esté sobre una base elevada, aproximarle al tronco, consiguiendo una base y agarre firme y estable.
- Agacharse flexionando las rodillas, manteniendo la espalda recta.
- Levantar la carga utilizando los músculos de las piernas y no con la espalda.
- Tomar firmemente la carga con las dos manos.
- Mantener la carga próxima al cuerpo durante todo el trayecto, dando pasos cortos.
- En elevaciones con giro, procura mover los pies en vez de girar la cintura.
- Evita los movimientos bruscos de la espalda, en especial los giros, incluso cuando manejes cargas ligeras.



El peso máximo recomendado para levantar una carga es:

- Hombres a nivel del pecho: 50 kg
- Hombres desde el piso: 25 kg

- Mujeres a nivel del pecho: 25 kg
- Mujeres desde el piso: 12.5 kg

Método para el manejo manual de cargas

Hay que tener en cuenta cuatro reglas básicas:

1. Estudiar el movimiento a realizar.
2. Levantar la carga en la posición correcta.
3. Llevar la carga en la forma adecuada.
4. Economizar los esfuerzos.

Reglas que se describen a continuación:

1. Estudiar el movimiento a realizar




ESTUDIAR LA CARGA

- ✓ Peso de la carga
- ✓ Cómo agarrarla.
- ✓ Si resbala.
- ✓ Si el centro de gravedad se puede desplazar (líquidos).

ESTUDIAR EL TRAYECTO

- ✓ Que no haya obstáculos ni desniveles.
- ✓ Que haya suficiente espacio

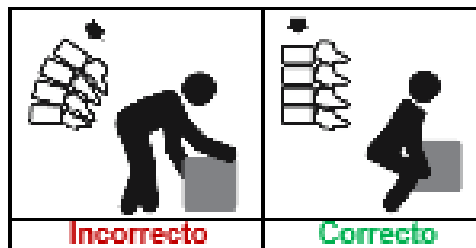
ESTUDIAR LOS MEDIOS AUXILIARES NECESARIOS

		
Observa	Piensa	Busca un metodo sencillo

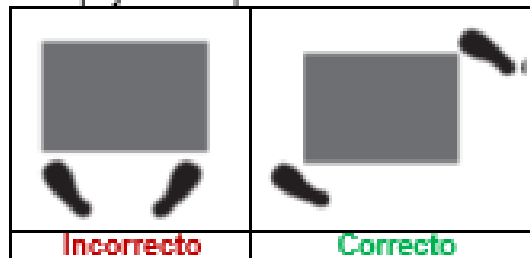
2. Levantar la carga en la posición correcta.

Es muy importante para evitar lesiones dorsolumbares adoptar la posición correcta con el cuerpo para levantar o bajar una carga. Recordá los siguientes pasos:

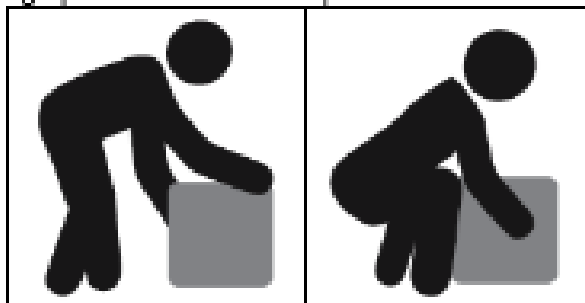
- ✓ Colócate lo más cerca posible a la carga.
- ✓ Posiciona correctamente la columna vertebral.



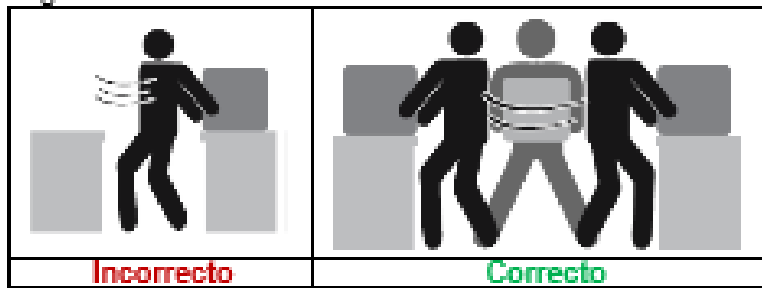
- ✓ Asegúrate un buen apoyo de los pies.



- ✓ Levanta la carga por extensión de las piernas manteniendo derecha la espalda.

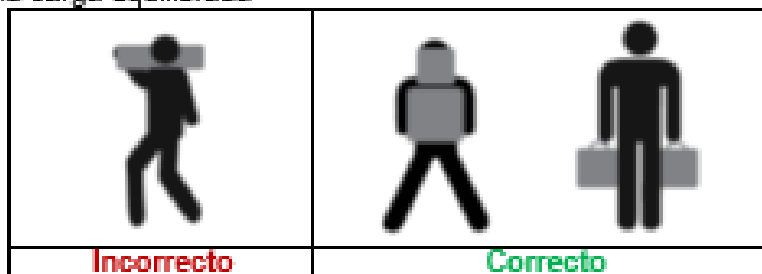


- ✓ Evita los giros.



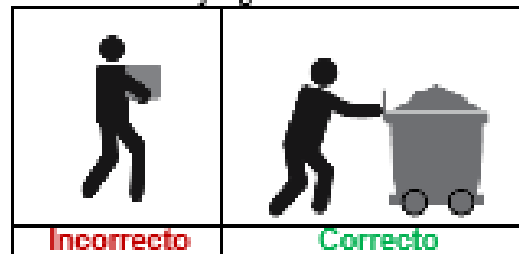
3. Llevar la carga en la forma adecuada.

- ✓ Mantener la espalda recta.
- ✓ Asegúrate una completa visualización.
- ✓ Lleva la carga equilibrada



4. Economizar los esfuerzos

- ✓ Llevar la carga lo más cercana al cuerpo.
- ✓ Mantener los brazos estirados y rígidos.



¿Qué podemos hacer para conservar la espalda sana?

- ✓ Evitar siempre ir encorvado.
- ✓ No te agaches sin doblar las rodillas para levantar un objeto, aunque este sea de poco peso.
- ✓ Sostén los objetos lo más cerca posible del cuerpo.
- ✓ No te fuerzas.
- ✓ Evitar adoptar una posición laxa cuando estés sentado o conduciendo.

Riesgos Seguridad Frente a Riesgos Eléctricos

- Contactos eléctricos directos, con partes de la Instalación habitualmente en tensión.
- Contactos eléctricos indirectos, con partes o elementos metálicos accidentalmente puestos bajo tensión.
- Quemaduras por arco eléctrico

Medidas Preventivas Seguridad Frente a Riesgos Eléctricos

- No manipules las instalaciones eléctricas (cuadros eléctricos, interior de maquinaria,) si no estás formado y autorizado para ello.
- Antes de utilizar los equipos eléctricos, revisa si presentan deterioros en sus carcasas, cables, botoneras.
- No utilices equipos eléctricos con las manos húmedas. Mantén los pies secos y usa calzado adecuado a las condiciones de trabajo.
- No utilices cables, enchufes o alargadores cerca de fregaderos y zonas húmedas o mojadas.
- No efectúes conexiones a cable pelado, ni modifiques o improvises las clavijas de conexión de los equipos eléctricos.
- No sobrecargues los enchufes utilizando ladrones o regletas de forma abusiva.
- No dispongas cables en zonas de paso.
- En caso de avería o mal funcionamiento, desconecta la herramienta o el equipo, señala la avería y avisa a tu responsable jerárquico.
- En caso de incendio, no utilices agua para apagar fuegos, donde puedan existir elementos con tensión eléctrica.

Ante una persona electrocutada, actúa de la siguiente forma:

- En todos los casos, corta la corriente.
- Avisa a los equipos de urgencias sanitarias y si estás capacitado, proporciona de inmediato los primeros auxilios.

Riesgo de Explosión por Acumulación de Gas

- Rejillas de ventilación obstruidas.
- Vertidos sobre quemadores durante la cocción de alimentos.
- Uso indebido o encendido incorrecto de calentadores y hornos a gas.
- Quemadores sucios u obstruidos.

Medidas Preventivas Riesgo de Explosión por Acumulación de Gas.

- Revisa al final de la jornada que todas las válvulas de paso de gas están cerradas.
- Realiza un control periódico del estado de los mandos de apertura, evitando que se queden a medio cerrar.
- Mantén alejadas las botellas de gases de las fuentes de calor.
- Cuando cuezas alimentos que puedan derramarse al hervir, no abandones la cocina y vigila los recipientes.
- Si percibes olor a gas:
 - Cierra todas las llaves de paso.
 - Ventila el local.
 - No produzcas llamas.
 - No acciones los interruptores eléctricos (ni los de la campana extractora).

Riesgos Manejo de productos de limpieza

- Ingestión accidental.
- Quemaduras e irritaciones cutáneas.
- Salpicaduras en ojos.
- Inhalación de gases tóxicos o nocivos.

Medidas Preventivas Manejo de productos de limpieza

- No efectúes trasvases de productos de limpieza salvo a recipientes adecuados en los que se mantenga el etiquetado del envase original.
- Nunca deposites productos de limpieza (detergentes, lejía), aun en pequeñas cantidades, en recipientes de menaje (platos, vasos, copas,) o de cocina. Utiliza recipientes señalizados que nunca puedan, por confusión, entrar en contacto con alimentos o bebidas.
- No mezcles productos de limpieza, pueden producirse reacciones químicas que liberen gases tóxicos.
- Respeta las indicaciones de la etiqueta, utiliza los elementos de protección indicados en los mismos (guantes, gafas,) así como las recomendaciones que permitan un manejo seguro.
- Nunca utilices el olfato para identificar productos contenidos en envases sin etiquetar.

Riesgos Específicos Cocina:

Herramientas manuales

- Cortes con cuchillos, tijeras, etc.
- Micro traumatismos en procesos de corte repetitivos.

Medida preventiva en cocina para Herramientas manuales

- Selecciona la herramienta de diseño adecuado para el trabajo a realizar (deshuesado, fileteado, pelado, troceado, etc.).
- Procura mantener, en la medida de lo posible, la mano y el brazo alineados evitando flexionar la muñeca.
- Utiliza el cuchillo de forma que el recorrido de corte se realice en dirección contraria al cuerpo.
- No dejes cuchillos debajo de papeles de desecho, trapos, en la pila de fregar, etc., o, entre otras herramientas, en cajones, tajos o cajas de trabajo.
- Los cuchillos no deben limpiarse con el delantal u otra prenda, sino con una toalla o trapo, manteniendo el filo de corte girado hacia fuera de la mano que los limpia.
- En determinadas operaciones (deshuesado, fileteado, troceado de piezas de gran volumen, manejo de útiles de corte de gran tamaño) se utilizarán guantes y mandiles de malla metálica, así como manguitos para el antebrazo.
- Mantén los útiles de corte en buen estado y colócalos en lugar seguro después de su utilización. (Cajones, porta-herramientas, etc.)
- Revisalos periódicamente, desechando aquellos que se encuentren en mal estado.

Riesgos Equipos de Trabajo

- Cortes y atrapamientos por contacto con órganos móviles y de corte de las máquinas (picadora, amasadora, fileteadora,...).
- Contactos eléctricos.

Medidas Preventivas

Equipos de Trabajo

- Antes de utilizar una máquina o equipo por primera vez, solicita la información correspondiente a las condiciones de seguridad relativas a la utilización, ajuste y mantenimiento, así como el manual de instrucciones y normas internas,... Utilízala conforme a lo indicado en las instrucciones.
- Utiliza los equipos sólo en las operaciones para las que han sido diseñados.
- Comprueba que las máquinas que vas a utilizar mantienen los medios de protección como guías, empujadores, resguardos, etc., y son utilizados en los finales de piezas.
- Utiliza siempre el empujador de las picadoras y los resguardos para empujar las piezas en las cortadoras.
- En operaciones de limpieza, o, en caso de avería, desconecta la máquina y, según proceda, bloquea y señala la situación (limpieza, avería,...), colocando un cartel en los órganos de accionamiento.
- Evita el uso de anillos, pulseras, etc., que puedan engancharse con los órganos móviles de la máquina.
- Comunica cualquier anomalía que observes durante la utilización del equipo. No efectúes reparaciones ni modificaciones en los mismos, salvo que estés capacitado y autorizado al respecto.

Riesgos Específicos

Quemaduras

- Contacto con llamas o superficies Calientes.
- Salpicaduras de aceite u otros líquidos a alta temperatura.

Medidas Preventivas

Quemaduras

- Habilita zonas específicas para depositar los recipientes calientes.
- Evita dejar caer los alimentos para freír sobre el aceite caliente; deposítalos en el cestillo y luego sumérgelos despacio.
- Utiliza guantes térmicos si tienes que abrir la puerta de un horno o mover un recipiente caliente.
- Usa un mandil que te aislé térmicamente; en caso de salpicaduras

Riesgos Específicos

Camarero

Caídas con resbalones y tropiezos con objetos

- Cortes con cuchillos y elementos de corte.
- Cortes con vidrios y roturas de botellas durante su manipulación.

Medidas Preventivas

Camarero

Caídas con resbalones y tropiezos con objetos

- Mantén en lo posible las zonas de circulación libres de obstáculos.
- Mantén el orden y buena distribución de las mesas existentes en tu establecimiento.
- No te apresures cuando vayas cargado con platos o bandejas.
- Utiliza calzado cerrado por detrás de tacón bajo y suela de goma.
- Antes de coger cualquier recipiente de vidrio o cerámica, comprueba que no presentan desperfectos tales como bordes cortantes o astillas, en tal caso deposítalo en contenedores habilitados al efecto.
- Si se rompe algún recipiente, delimita, en primer lugar, la zona y recoge los fragmentos con la ayuda de un cepillo y recogedor, nunca con la mano.
- Si se produce la rotura de un utensilio encima de un mostrador o una mesa,
Utiliza guantes de seguridad para tomar los fragmentos y deposítalos en un contenedor de vidrio.
- En las operaciones de manipulación continuada de botellas (reposición de Cámaras, manejo de cajas vacías,), emplea guantes de seguridad.

Prácticas Higiénico-Sanitarias

Recepción de Materias Primas e Ingredientes:

Comprobación de la Aptitud de los Suministros

- Almacenamiento y conservación de materias primas e ingredientes.
- Preparación de materias primas y productos intermedios.
- Cocinado de alimentos.
- Almacenamiento de platos preparados.
- Regeneración de alimentos.
- Emplatado y servicio de comidas.

Recepción de Materias Primas e Ingredientes:

Comprobación de la Aptitud de los Suministros

- Se comprobará el estado de frescura de los alimentos.
- Se comprobarán las temperaturas de los productos, ya sean refrigerados, congelados o mantenidos en caliente.
- Se verificará la integridad de los envases.
- Los envases no aptos serán devueltos al suministrador.
- Las materias primas serán suministradas solamente por proveedores autorizados (con registro sanitario).

Prácticas Higiénico-Sanitarias

Almacenamiento y Conservación de Materias Primas e Ingredientes

- Se almacenarán inmediatamente los productos que necesiten temperaturas de refrigeración, congelación o mantenimiento en caliente.
- Se comprobarán periódicamente las temperaturas de los productos.
- La congelación de los alimentos se hará de una forma rápida.
- Las materias primas y los ingredientes se ordenarán para evitar contaminaciones cruzadas.
- El almacenamiento de los productos de limpieza, desinfección o cualquier otro producto químico, se hará de forma independiente para evitar contaminaciones indeseables.
- Los alimentos en las cámaras y almacenes se mantendrán en orden para permitir la rotación de las existencias.

Prácticas Higiénico-Sanitarias

Recepción de Materias Primas e Ingredientes:

Comprobación de la Aptitud de los Suministros

- Almacenamiento y conservación de materias primas e ingredientes.
- Preparación de materias primas y productos intermedios.
- Cocinado de alimentos.
- Almacenamiento de platos preparados.
- Regeneración de alimentos.
- Emplatado y servicio de comidas.

Recepción de Materias Primas e Ingredientes:

Comprobación de la Aptitud de los Suministros

- Se comprobará el estado de frescura de los alimentos.
- Se comprobarán las temperaturas de los productos, ya sean refrigerados, congelados o mantenidos en caliente.
- Se verificará la integridad de los envases.
- Los envases no aptos serán devueltos al suministrador.
- Las materias primas serán suministradas solamente por proveedores autorizados (con registro sanitario).

Prácticas Higiénico-Sanitarias

Almacenamiento y Conservación de Materias Primas e Ingredientes

- Se almacenarán inmediatamente los productos que necesiten temperaturas de refrigeración, congelación o mantenimiento en caliente.
- Se comprobarán periódicamente las temperaturas de los productos.
- La congelación de los alimentos se hará de una forma rápida.
- Las materias primas y los ingredientes se ordenarán para evitar contaminaciones cruzadas.
- El almacenamiento de los productos de limpieza, desinfección o cualquier otro producto químico, se hará de forma independiente para evitar contaminaciones indeseables.
- Los alimentos en las cámaras y almacenes se mantendrán en orden para permitir la rotación de las existencias.

Prácticas Higiénico-Sanitarias

Preparación de Materias Primas y Productos Intermedios

- Los alimentos se descongelarán de una forma lenta.
- Los alimentos previamente congelados no se volverán a congelar.
- Se mantendrá una escrupulosa higiene personal y de los útiles e instalaciones.
- Se evitará toda posibilidad de contaminación cruzada durante la manipulación.
- Los productos intermedios se almacenarán a la temperatura especificada para cada uno de ellos.
- Los productos intermedios no se dejarán a temperatura ambiente durante largos períodos de tiempo.

Prácticas Higiénico-Sanitarias

Cocinado de los Alimentos

- Los alimentos se cocinarán respetando los tiempos y temperaturas de cocinado.
- Los restos de comida serán eliminados inmediatamente, utilizando para ello recipientes con tapadera y sistema de cierre y apertura mediante pedal.

Prácticas Higiénico-Sanitarias

Almacenamiento de Platos Preparados

- Los platos que no vayan a ser consumidos en el momento serán almacenados de inmediato.
- Se comprobarán las temperaturas de almacenamiento.
- El almacenamiento de los platos preparados se hará en recipientes cerrados para evitar contaminaciones posteriores.
- Los platos preparados no se almacenarán junto a materias primas.

Prácticas Higiénico-Sanitarias

Regeneración de Alimentos Cocinados

- Los alimentos serán descongelados lentamente.
- Los tiempos de regeneración serán los establecidos para cada uno de los alimentos.
- El mantenimiento de los alimentos regenerados será a 70 °C.
- Los alimentos regenerados se consumirán en el día.
- Los restos de comida serán eliminados inmediatamente, utilizando para ello

Recipientes con tapadera.

- El sistema de cierre y apertura será mediante el sistema de pedal.

Prácticas Higiénico-Sanitarias

Emplatado y Servicio

- Los alimentos emplatados serán consumidos inmediatamente.
- Las comidas en exposición se mantendrán a temperatura caliente o de refrigeración según proceda.
- Se mantendrá una escrupulosa higiene personal de los útiles y de las instalaciones.

NORMAS DE ACTUACIÓN EN CASO DE EMERGENCIAS

Actuación en Caso de Incendios

- Si descubres un incendio, mantén la calma y da inmediatamente la alarma.
- Si te encuentras solo, sal del local incendiado y cierra la puerta sin llave. No pongas en peligro tu Integridad física.
- Comunica la emergencia conforme a los cauces establecidos en tu centro de trabajo.
- No abras una puerta que se encuentre caliente, el fuego está próximo; de tener que hacerlo, procede Muy lentamente.
- Si se te prenden las ropas, no corras, tiéndete en el suelo y échate a rodar.
- Si tienes que atravesar una zona amplia con mucho humo, procura ir agachado; la atmósfera es más Respirable y la temperatura más baja a nivel de suelo. Ponte un pañuelo húmedo cubriendo la nariz y la boca.
- Si te encuentras atrapado en un recinto (almacén, vestuario...):
 - » Cierra todas las puertas.
 - » Tapa con trapos, a ser posible húmedos, todas las rendijas por donde penetre el humo.
 - » Haz saber de tu presencia (por teléfono, a través de la ventana
- Si crees posible apagar el fuego mediante extintores, utilízalos actuando preferiblemente con otro compañero. Sitúate entre la puerta de salida y las llamas.

Clases de Fuegos

- Utiliza el agente extintor más apropiado a la clase de fuego.
Clase A: Fuegos de materiales sólidos.
Clase B: Fuegos de combustibles líquidos.
Clase C: Fuegos producidos por combustibles gaseosos o líquidos bajo

Resucitación Cardiopulmonar

BOCA A BOCA MASAJE CARDIACO

El ritmo en el boca a boca y masaje cardíaco es: 30 COMPRESIONES Y 2 INSUFLACIONES (100 COMPRESIONES POR MINUTO)

- Asegúrate que las vías respiratorias estén libres.
- Mantén hacia atrás la cabeza del accidentado.
- Mantén hacia arriba su mandíbula.
- Aplica los labios sobre la boca del accidentado e insufla aire obturándole la nariz.
- Si la boca de la víctima está cerrada y sus dientes apretados, se le tapa los labios con el dedo pulgar para evitar que el aire se le escape, al serle insuflado por la nariz.
- Punto del masaje cardíaco
- Posición de los talones de las manos en el masaje cardíaco.

NORMAS DE ACTUACIÓN EN CASO DE EMERGENCIAS

Hemorragias

- Aplica gasas o paños limpios sobre el punto sangrante.
- Si no cede, añade más gasa encima de la anterior y haz más compresión.
- Aprieta con los dedos encima de la arteria sangrante.
- Trasládalo al centro médico más próximo.
- No uses pomadas.
- Tápala con gasa estéril.

Heridas

- No manipules la herida.
- Lávala con agua y jabón.
- No uses pomadas.

OBLIGACIONES DE LOS TRABAJADORES EN PREVENCIÓN DE RIESGOS

El artículo 29 de La Ley de Prevención de Riesgos Laborales asigna al trabajador la obligación de velar por su propia seguridad y salud en el trabajo y por la de aquellas otras personas a las que pueda afectar su actividad profesional.

En particular los trabajadores con arreglo a su formación y siguiendo las instrucciones del empresario deberán:

- Usar adecuadamente las máquinas, aparatos, herramientas, sustancias peligrosas, equipos de transporte y, en general cualesquiera otros medios con los que desarrolle su actividad.
- Utilizar y mantener correctamente los medios y equipos de protección facilitados por el empresario, solicitando su reposición en caso de deterioro.
- No poner fuera de funcionamiento y utilizar correctamente los dispositivos de seguridad existentes.
- Informar de inmediato a su superior jerárquico directo acerca de cualquier situación que, a su juicio, entrañe un riesgo para la seguridad y la salud de los trabajadores.
- Cooperar con el empresario para que éste pueda garantizar unas condiciones de trabajo que sean seguras y no entrañen riesgos para la seguridad y la salud de los trabajadores.
- El incumplimiento de las obligaciones en materia de prevención de riesgos a los que se refieren los apartados anteriores tendrán la consideración de incumplimiento laboral a los efectos previstos en el artículo 58.1 del Estatuto de los Trabajadores.

Mapa de riesgos

A continuación se presenta el mapa de riesgos del Centro Ecológico Punta Real:

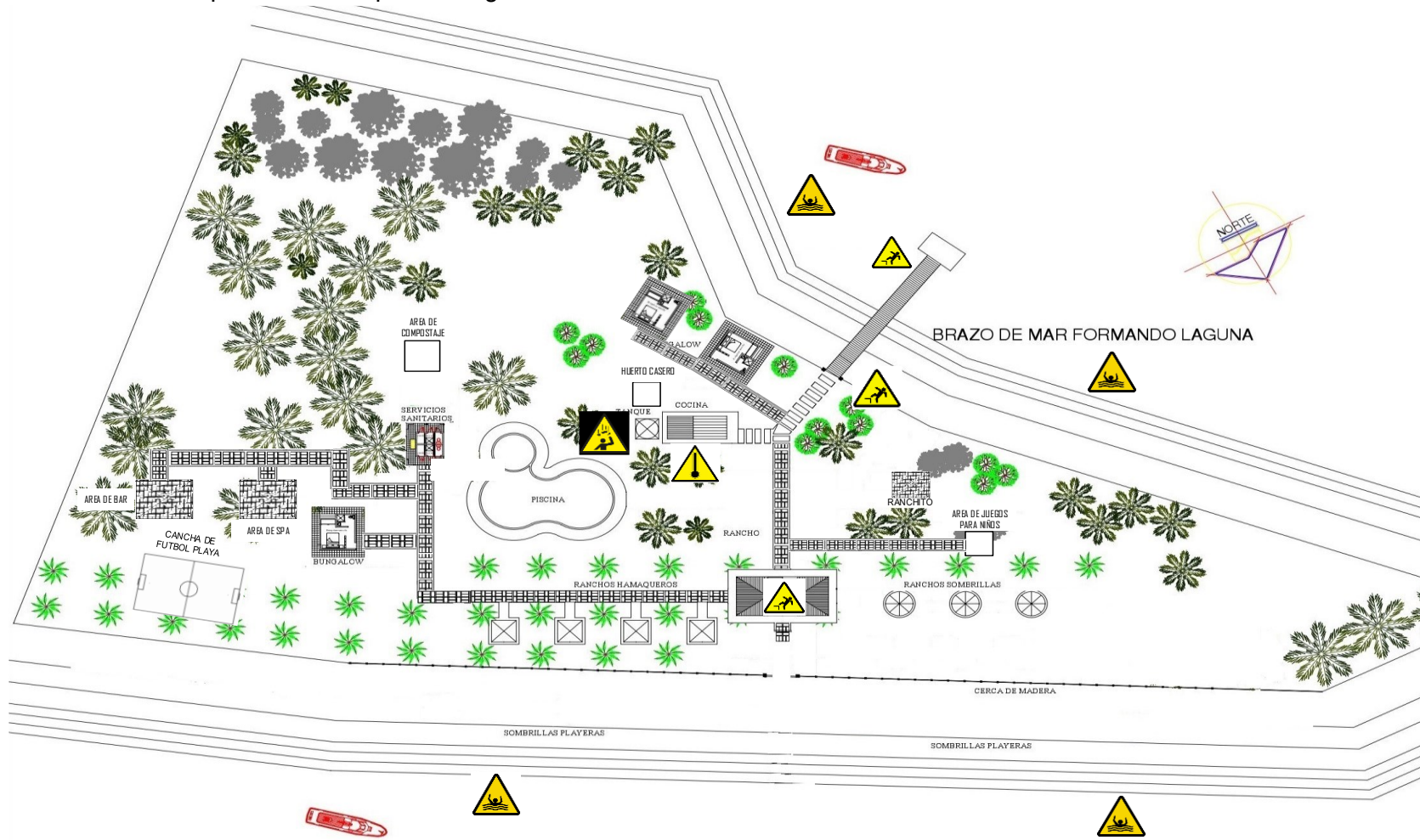


Ilustración 158 Mapa de riesgos del Centro Ecológico Punta Real

A continuación se presenta el mapa de riesgos para el área total en la que estará el sendero:



Ilustración 159 Mapa de riesgos para el área total

4. REQUERIMIENTOS PARA EL PROGRAMA DE ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACION

RECURSO HUMANO	CANTIDAD
Encargado supervisar las capacitaciones y talleres	1
Capacitadores	4
Personal a capacitar	24
MATERIALES	CANTIDAD
Pizarra	1
Plumones	4 cajas
Comandas	100 de 25 hojas
Resmas de Papel Bong	2
Artículos de oficina (grapapas, fólderes, perforador, etc.)	----
Lapiceros	4 cajas
Libretas	25 libretas
Camisas Sport	20
Filipinas	3
Gorras	20
Camisetas	20
Material para artesanías	-----
Material para bisutería	-----
Diseño de la imagen del personal	2
MOBILIARIO Y EQUIPO	CANTIDAD
Impresora	1
Computadora	1
Cañón	1
Internet	1
Mesas	1
Sillas	
INSTALACIONES	CANTIDAD
N/A	----
TIEMPO PARA EJECUTARLO	
Proyecto: Implementación del Manual de Organización	2 meses
Proyecto: Implementación del Manual de Procedimientos	1 mes
Proyecto: Capacitaciones	3 meses / semi-permanente
Proyecto: Mejoramiento de la Imagen del Personal	1 mes
Proyecto: Higiene y Salud Ocupacional	1 mes

Tabla 193 Requerimientos Programa Organización y Administración

D. PROGRAMA DEL PRODUCTO TURISTICO

1. INTRODUCCION

Los turistas siempre buscan productos turísticos y no destinos: es decir, no se conforman con un atractivo natural o con un único aspecto de la localidad que eligen, sino que pretenden disfrutar una experiencia satisfactoria en todos los niveles. Con el programa de Producto Turístico se aborda las mejoras no solo a nivel de estructura que se contempla para Punta San Juan del Gozo sino también aspectos a considerar como la prestación de nuevos servicios los cuales será para mejorar la experiencia del turista en las instalaciones.

El programa comienza con la mejora e innovación de los nuevos atractivos turísticos, donde se tomaran como base los que ya posee Punta Real como las incorporaciones que se aplicaran, donde surgirán diseños para áreas específicas como área de spa, estación de bocadillo y bebida las cuales pretenden incorporar un elemento diferenciador en la zona el cual el uso del producto coco el cual se da de forma natural pero que nadie utiliza actualmente para ofrecer platillos ni bebidas que no sean las convencionales piñas coladas y agua natural de coco.

Posteriormente se aborda el diseño de la propuesta de los paquetes turísticos los cuales serán la carta de presentación de la oferta turística con la que se dispone para los turistas.

Y por último y no menos importante se presenta el programa de mejoramiento de la infraestructura donde si bien el primer proyecto habla de las mejoras e innovación estas se refieren a los servicios específicos no a los espacios físicos que estas deben tener ya que todos estos elementos servirán para finalmente colocar los requerimientos generales para este programa.

2. OBJETIVOS

Establecer las mejorar e incorporaciones de la oferta turística para la Punta San Juan del Gozo y realizar los diseños de sus paquetes y espacios a construir para obtener los requerimientos necesarios para llevar a cabo el programa.

- Mejorar e innovar los atractivos turísticos que se ofrecen actualmente en el Centro Ecoturístico Punta Real para mejorar así la oferta turística que tienen de momento.
- Diseñar los diferentes paquetes turísticos los cuales servirán como base para la prestación de servicios ya que el turista tendrá la opción de elegir el que mejor se acomode a sus necesidades recreativas para generar un posicionamiento respecto a las demás ofertas turísticas de la Bahía de Jiquilisco.
- Plantear el mejoramiento de la infraestructura de las áreas que se deben construir para garantizar que se realice la prestación de servicios bajo las condiciones necesarias.

3. CONTENIDO

El programa se desglosa como se mencionó con anterioridad en 3 proyectos los cuales son los siguientes:

- Proyecto: Mejora e innovación de nuevos atractivos turísticos
- Proyecto: Propuesta de Paquetes Turísticos
- Proyecto Mejoramiento de la Infraestructura

Primeramente se definirá según la OMT, que es el producto turístico es el conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores.

Los servicios y productos del sector turístico presentan algunas características diferentes a los productos del sector industrial, los cuales deben ser tenidos en cuenta a la hora de su comercialización. Algunas de esas características son:

- El servicio turístico es intangible.
- La experiencia turística no se puede transferir.
- El servicio no puede probarse, por tanto corre el riesgo de clientes insatisfechos.
- El producto no vendido, se ha perdido.
- El servicio produce un derecho de uso sin transferir la propiedad.
- El cliente es quien acude a la compra.
- El contacto con el cliente en la mayoría de los casos suele ser directo.
- El cliente participa en la producción.
- Peculiaridades de los servicios y productos turísticos deportivos

De las características anteriores existen 4 las cuales son las más destacadas:

- 1 Intangible:** esto quiere decir que no se puede tocar, ver, oír y oler antes de la compra. Difícilmente todos los productos ofertados llegan a satisfacer al turista y a convertirse en destinos turísticos.
- 2 Heterogéneo:** la calidad depende de quién, cuando, donde y como se proporcione.
- 3 Inseparables:** no se pueden separar de sus proveedores. La oferta de un producto turístico puede estar desintegrada (operación independiente de los distintos prestadores de servicios entorno a un atractivo), o bien puede estar integrada Clúster.³⁹
- 4 Caducidad:** no se pueden almacenar o guardar para utilizarlos después. La evolución en los gustos y preferencias de los turistas determina el ciclo de vida de los productos y las necesidades de innovación.

³⁹ Michael Porter, quien definió los Clúster como "Una agrupación de empresas e instituciones relacionadas entre sí, pertenecientes a un mismo sector o segmento de mercado, que se encuentran próximas geográficamente y que colaboran para ser más competitivos".

Componentes del producto turístico:

Un producto turístico está formado por:

- **Recursos Turísticos**

Los recursos turísticos naturales y/o artificiales, tangibles e intangibles, son la base sobre la que se desarrolla la actividad turística: naturaleza, cultura, historia e infraestructura como para el ocio, la recreación, la aventura entre otros. Son fundamentales, pues son la principal motivación del turista al momento de elegir un destino turístico.

- **Servicios Turísticos**

Los servicios turísticos reflejan las diferentes acciones que un turista puede realizar en un lugar donde se está ofertando un producto turístico. Para la identificación de los servicios turísticos que se realizan o se pueden realizar se ha basado en los recursos con que cuenta cada iniciativa, el perfil del turista y el enfoque del producto turístico en el marco del turismo.

- **Infraestructura de Apoyo Turística**

Se refiere a la infraestructura básica, pública o privada que da apoyo o facilita el desarrollo de las actividades turísticas en un territorio o localidad donde se ubica la iniciativa dentro de la infraestructura podemos señalar: vías de Acceso, Telefonía, Agua Potable, Energía Eléctrica, Servicios de Salud, Internet, entre otros, los cuales son importantes para el desarrollo de la actividad turística.

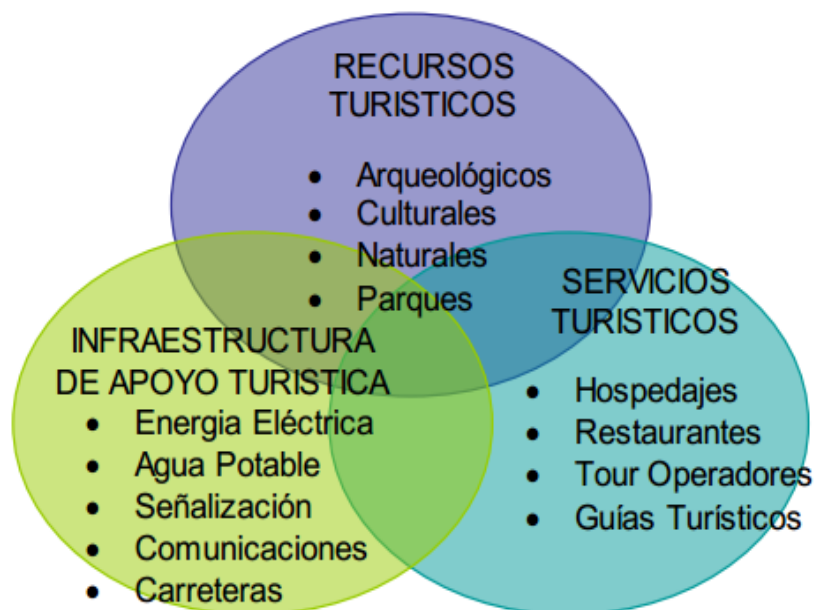


Ilustración 160 Componentes de un producto turístico

a. PROYECTO: PROPUESTA DE PAQUETES TURÍSTICOS

El Centro Ecoturístico Punta Real de R. L se encuentra localizado en la Bahía de Jiquilisco, jurisdicción de Puerto el Triunfo en el departamento de Usulután, con un clima cálido, que solamente para llegar a dicho lugar posee acceso vía marítima.

Este se encuentra en la Punta San Juan del Gozo la cual cuenta con una Laguna y una Playa Virgen que es uno de las pocas playas donde se puede bañar en La Bahía de Jiquilisco.



Ilustración

del Punta Real

161 Ranchos

A continuación se presenta el proceso general de la prestación de servicio ya que para diseñar una propuesta de paquetes turísticos debe conocer el proceso general que se sigue para que el turista haga uso de los paquetes:



Ilustración 162 Atardecer en Punta Real



Ilustración 163 Proceso de Prestación de Servicios General

A continuación se presentara el Proceso de Prestación de Servicios General pero desde la perspectiva de quienes están involucrados en dicho servicio es decir los contactos a los que se ve sometido el cliente y esto se realizara por medio del Plano de Servicio (Blueprint)

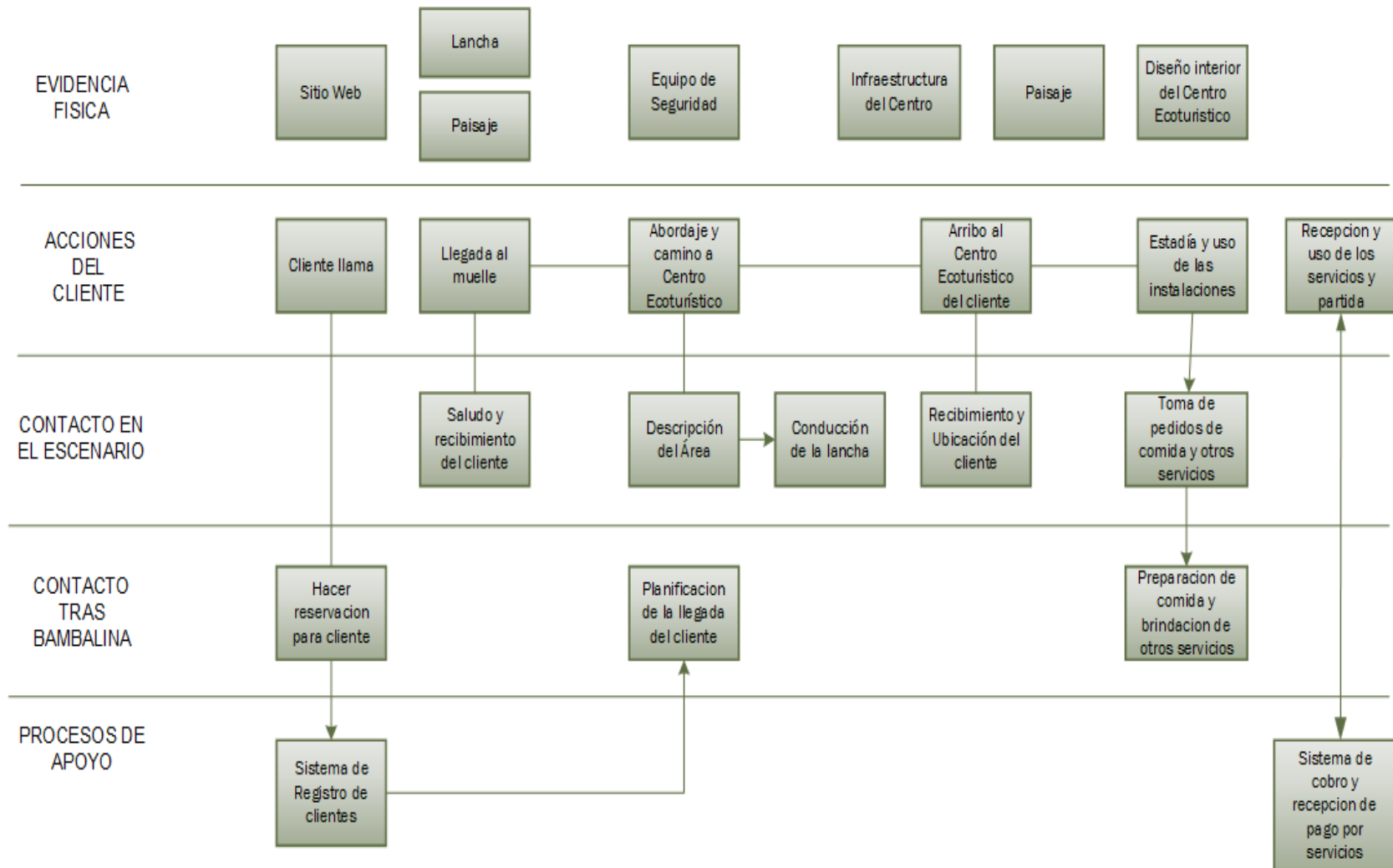


Diagrama 25 Plano de Servicio (Blueprint) de la Prestación de Servicio General

El esquema anterior presenta el contacto que tiene el turista cuando pasa por el proceso de prestación de servicio donde la herramienta identifica dos áreas:

- **En el Escenario (OnStage):** Todas aquellas actividades que realiza nuestro equipo visible para nuestro cliente.
- **Tras Bambalinas (BackStage):** Todas las actividades que realiza nuestro equipo para la prestación del servicio y que nuestro cliente no visualiza.

Basándonos en esta premisa, los componentes del BluePrint serían los siguientes:

Evidencia física:	Evidencias físicas que rodean la prestación del soporte (mobiliario, comunicaciones, salas de espera, folletos, guías....)
Acciones del cliente:	Todo aquello que hace el cliente (llamada a centralita, consulta a través de la web, entrada a la tienda...)
Acciones visibles del empleado:	Puntos de contacto entre nuestro equipo y el cliente
Acciones invisibles del empleado	Acciones que realiza nuestro equipo en el BackStage no visibles por el cliente
Procesos de soporte	Herramientas necesarias no visibles para la prestación del soporte.

Tabla 194 Componentes del Plano de Servicio

Para continuar se presentara la metodología que se debe seguir para diseñar un paquete turístico y posteriormente se procederá con la presentación de las propuestas de diseño para los diferentes paquetes.

¿Qué es un Paquete Turístico?

Un paquete turístico es el conjunto de facilidades, servicios y actividades que se estructuran de manera articulada y que satisfacen necesidades o deseos de los consumidores turísticos.

Contiene dos o más servicios de carácter turístico, como alojamiento, manutención y transporte, por el cual se abona un precio dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta.

Ventajas de diseñar un paquete turístico para el turista

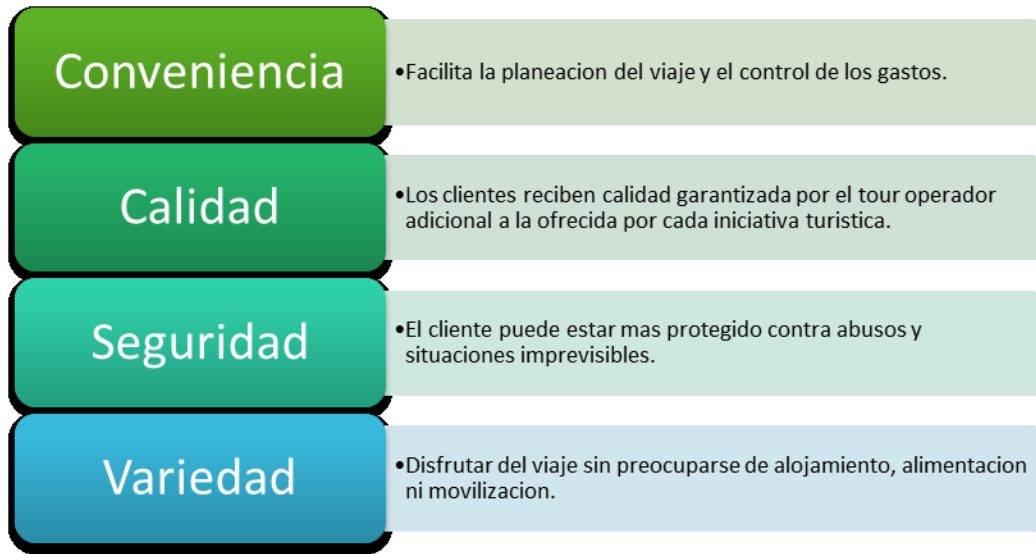


Diagrama 26 Ventajas de Diseñar un Paquete Turístico

Desventaja De Diseñar Un Paquete Turistico Para El Turista

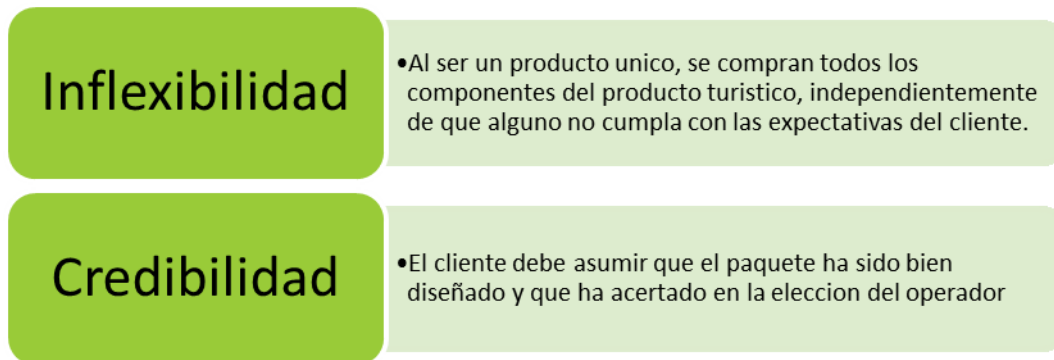


Diagrama 27 Desventajas de Diseñar un Paquete Turístico

Principios Del Diseño De Un Paquete Turistico

- **Planear cuidadosamente:** incluye adecuar el paquete a las características del mercado objetivo.
- **Participacion:** deben participar todos los sectores involucrados para lograr el beneficio integral.
- **Incluir actividades generadoras de demanda:** esta actividad constituye la primera razon para comprar el paquete.

- **Ofrecer ventajas comparativas:** Ofrezca al cliente una ventaja que no tendria si comprara los componentes por separado. Puede ser un descuento o la inclusion de elementos “sin costo”.
- **Determinar precios competitivos:** El precio debe ser alcanzable para los diferentes segmentos de mercado y mas atractivo que el de la competencia con similares características.
- **Coordinar los detalles:** definir responsabilidades y a quien acudir para afrontar posibles contingencias. Verificar todos los detalles y reconfirmar reservaciones.
- **Ofrecer toda la informacion posible:** condicion fisica, tipo de ropa, dinero requerido, estado del tiempo, entre otros.
- **Definir una politica de reembolso:** la politica de reembolso debe estar adecuada a circunstancias imprevisibles, como el estado del tiempo, el orden publico, la infraestructura.
- **Incluir componentes unicos:** ofrezca componentes diferenciados “libres de costo” dando la sensacion de buen precio y atencion extra (sorpresas) como promocionales, experimentaciones entre otras.
- **Asegurar que el paquete sea rentable:** la ganancia debe recompensar el esfuerzo y la rentabilidad debe asegurar.

Factores a considera para el diseño de un paquete turistico

- **Capacidad de carga**

Numero de visitantes que se puede alcanzar sin daño fisico para el medio natural y artificial, sin daño socioeconomico para la comunidad y la cultura local, sin perjudicar el equilibrio entre desarrollo y conservacion (OMT).

- **Segmento turisticos**

Conjunto de consumidores turisticos caracterizados por aspectos psicograficos y/o una motivacion principal comun por la que buscan destinos, productos y servicios similares.

Hoy en dia, la industria del turismo esta cambiando. Existen indicios que apuntan hacia una nueva forma de turismo donde imperan la calidad, flexibilidad, la innovacion y la preocupacion por el medio ambiente, la salud y la belleza, entre otros aspectos, Estas distintas perspectivas se deben fundamentalmente a los nuevos tipos de turistas, cuyos cambios de comportamiento y de valores constituyen u factor critico para el nuevo turismo. Los turistas de hoy en dia tienen mas experiencia y suelen ser mas flexibles, mas independientes, mas ecologistas, mucho mas dificiles de satisfacer que los turistas de antaño, ademas estan mas preocupados por la calidad, uno de los conceptos claves de la sociedad actual.

Tipos de Segmentos

Existen diferentes tipos de segmentos turísticos, a continuación se presentan algunos segmentos:

- Familias acompañadas de sus hijo e hijas.
- Parejas que buscan recreación e historia del país.
- Grupos que desean realizar actividades como capacitación, reuniones sociales.
- Grupo de estudiantes universitarios o de investigadores relacionados con temas de la naturaleza.
- Grupos religiosos, grupos exploradores (scouts), grupos caminantes, grupos de amigos y amigas.

Motivaciones del Turista

Según la OMT, las principales motivaciones de turismo son: personales, familiares y sociales, sin embargo, coinciden los factores que se presentan a continuación:

- Construir y fortalecer relaciones.
- Descanso y relax.
- Tener una aventura.
- Conocer, comprender y descubrir.
- Recordar nostálgicamente.
- Mejorar la salud y el bienestar.

Espectativas del Turistas

Las expectativas del turistas de un segmento a otro y a través del tiempo. A continuación se presentan a aspectos a considerar para satisfacer la demanda de diferentes segmentos de turistas.

- Todos los segmentos turísticos demandan realidades, no promesas.
- El turista siempre tiende a ser más activo y participativo.
- El turista fragmenta más las estancias, ya sea periódicamente en un año o buscar a conocer diferentes lugares durante su visita al país donde realiza turismo.
- E turismo Rural Comunitario valora el tema de la naturaleza y la responsabilidad con las comunidades y la sociedad.

DISEÑO DE PAQUETES TURÍSTICOS

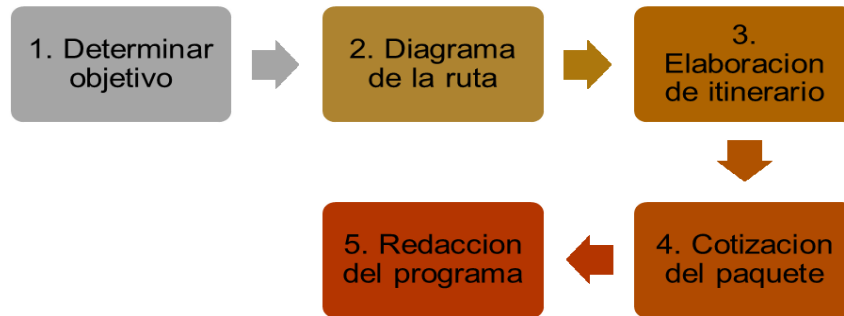


Diagrama 28 Metodología para Diseñar Paquetes Turísticos

1. Determinar Objetivo

El objetivo del paquete turístico debe:

- Marcar una orientación del mismo, la temática y sus características.
- Tener unidad temática y consistencia en todo, la temática se refiere a: cultura, religión, etnia, recreación y naturaleza.

2. Diagrama de la Ruta

- Al diagramar la ruta se establece el área geográfica del paquete turístico, atractivos turísticos y lugares de alojamiento.
- Se toma en cuenta los atractivos más importantes, accesibilidad, localización y distancias.
- Se establece la ruta considerando las distancias, accesibilidad, duración de movilización.
- Hay que dosificar los atractivos, alternando puntos de mayor interés y menor interés. Para no desequilibrar jornadas o días de paquete turístico.
- La diagramación de la ruta debe contar con señalización clara, unificada, interpretativa, durable y accesible a distintos tipos de segmentos turísticos.

3. Elaboración de Itinerario

Para la elaboración del itinerario se debe tomar en cuenta:

- Atractivos a visitar.
- Servicios turísticos incluidos.
- Actividades.
- Horario.

En base a ello se define:

- Tiempo total de la ruta.
- Los tiempos de cada visita por producto turístico.
- Tiempos libres.
- Paradas técnicas.
- Horarios.

4. Cotización del Paquete

La cotización de un paquete turístico requiere el establecimiento de los costos y precios para poder realizar una fijación del precio del paquete turístico justa y rentable. Incluye los siguientes aspectos:

- Establecimiento de costos y precios
- Fijación de precios
- Precios y comisiones
- Tipo de temporada
- Tamaño del grupo de turistas.

5. Redacción del Programa

La redacción del programa del paquete turístico es una descripción del recorrido que suministra datos y/o información sobre los atractivos turísticos y actividades a realizar, debe incluir los siguientes aspectos:

Nombre del paquete	
Duración	
Fechas	
Precio diferenciado por personas o por grupos	
Servicios que incluye	
Programa detallado del itinerario	
Localidades a visitar	
Breve descripción de atractivos	
Breve descripción de actividades	
Información sobre el tiempo libre	
Condiciones generales del paquete	

Ilustración 164 Partes de un Paquete en un Programa

DISEÑO DE PROPUESTA DE PAQUETES

A continuación se presentan los paquetes que los turistas pueden adquirir para visitar el Centro Ecoturístico Punta Real, los cuales son:

- Paquete “Básico”
- Paquete “Pase Del Día”
- Paquete “Todo Incluido”
- Paquete “Premium”

Propuesta Del Paquete “Básico”

PAQUETE BÁSICO

- Uso de instalaciones
- Coctel de bienvenida (concha o camarón)
- Almuerzo
- Actividad acuática
- Senderismo no dirigido

Si te gusta el mar y la naturaleza ven y pasa el mejor día de tu vida en Punta Real; atreverte a explorar la península mientras te atienden con deliciosa comida y refrescantes bebidas.

HAZ TU RESERVACIÓN Y CONOCE NUESTRA MARAVILLA ESCONDIDA

Contáctenos

+503 2624-1952

Punta Real Bahía Jiquilisco

Ilustración 165 Diseño de paquete “Básico”

Propuesta Del Paquete "Pase Del Día"



**PAQUETE
PASE DE DÍA**

- Uso de instalaciones
- Coctel de bienvenida (concha o camarón)
- Almuerzo
- Actividad acuática
- Senderismo dirigido
- Paseo en lancha

¿Nos vamos de Excursión? Comparte un día lleno de diversión ecológica con tu familia y amigos. Descubriendo las maravillas de la bahía.

HAZ TU RESERVACIÓN Y CONOCE NUESTRA MARAVILLA ESCONDIDA

Contáctenos

 **+503 2624-1952**

 **Punta Real Bahía Jiquilisco**

Ilustración 166 Diseño del paquete "Pase del día"

Propuesta Del Paquete "Todo Incluido"



PAQUETE TODO INCLUIDO

- Coctel de bienvenida
- Almuerzo
- Cena
- Actividad acuática
- Desayuno
- Senderismo dirigido (incluye un snacks)
- Alojamiento
- Recorrido bancos de arena (recorrido corto)
- Transporte (sujeto a disponibilidad)

¡Vacaciones Punta Real! El Descanso merecido en un ambiente relajación natural, rodeado de comida, bebidas, bocadillos, masajes, sol, arena y mar. Todo esto solo en Punta Real

HAZ TU RESERVACIÓN Y CONOCE NUESTRA MARAVILLA ESCONDIDA

Contáctenos

 **+503 2624-1952**

 **Punta Real Bahía Jiquilisco**

Ilustración 167 Diseño de paquete "Todo incluido"

Propuesta Del Paquete "Premium"



PAQUETE PREMIUM

- Coctel de bienvenida
- Almuerzo día 1 y 2
- Actividad acuática
- Cena
- Desayuno
- Uso del Spa
- Senderismo dirigido
- Incluye dos snaks
- Alojamiento
- Recorrido por el canal dos aguas
- Transporte (sujeto a disponibilidad)

Ven a Punta Real y disfruta de dos días y una noche en la bahía de las estrellas con tu familia o amigos en un ambiente tropical.

HAZ TU RESERVACIÓN Y CONOCE NUESTRA MARAVILLA ESCONDIDA

Contáctenos

 **+503 2624-1952**

 **Punta Real Bahía Jiquilisco**

Ilustración 168 Diseño del paquete "Premium"

b. PROYECTO: MEJORA E INNOVACIÓN DE NUEVOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Para comenzar este proyecto se debe recalcar que primero se realizara una breve descripción de las instalaciones y recursos con los que se cuentan tanto en la planta turística como los recursos naturales existentes en la Bahía de Jiquilisco para posteriormente plantear las propuestas que permitirán innovar los atractivos turísticos que se tendrán para disposición de los turistas donde estas innovaciones serán:

1. Área de Juegos para Niños
2. Deportes Acuáticos
 - Kayak
 - Banana Náutica
3. Senderismo
4. Estación de Bocado y Bebidas
5. Estación de Raspados
6. Área de Descanso
7. Centro de Interpretación Ambiental
8. Estación de Bar
9. Área de Spa

A continuación comenzamos con la pequeña descripción de las instalaciones y los recursos naturales de la Bahía de Jiquilisco para posteriormente desarrollar las propuestas de los atractivos turísticos a incorporar, comencemos por describiré la Planta Turística la cual está ubicada en la Península San Juan del Gozo:

- **Laguna:**

Pequeña laguna natural formada por las corrientes y cambios de mareas dentro de la península. Dentro de la laguna se encuentra un pequeño muelle para los turistas que visitan Punta Real.



Ilustración 169 Laguna en la Punta San Juan del Gozo

Formada por las corrientes y cambios de mareas dentro de la península. Dentro de la laguna se encuentra un pequeño muelle para los turistas que visitan Punta Real.

- **Playa:**



Ilustración 170 Playa en la Punta San Juan del Gozo

La playa es uno de los atractivos que se pueden encontrar en la península San Juan del Gozo, donde se puede apreciar sus aguas cristalinas, además de una gran belleza paisajística.

- **Restaurante**



Ilustración 171 Espacio de restaurante y muelle

Tipo de servicio	Restaurante
Tamaño*	5 mesas de madera, cada una para 4 personas. 5 mesas de plástico, cada mesa para 4 personas (20 sillas). 4 mesas de metal, cada mesa para 4 personas.
Hora de servicio	Todos los días de 6.00 am hasta las 8.00 pm
Infraestructura	Se cuenta con 2 locales: el Rancho Principal y el Muelle. Rancho principal: el Rancho cuenta dos niveles, área techada con vigas, sin paredes, con ventilación natural y sin iluminación. Muelle: área techada con vigas, sin paredes, con ventilación natural y sin iluminación.

Estado	Habilitado.
--------	-------------

Tabla 195 Descripción de Restaurante

Menú

A continuación se presenta una propuesta de diseño de menú para el restaurante:



Ilustración 172 Propuesta de diseño de menú de restaurante



Ilustración 173 Propuesta de diseño de menú de restaurante

REQUERIMIENTOS DE RESTAURANTE

*Utilizando un promedio de 375 personas por mes se estiman los requerimientos para la compra de insumos

MATERIALES	
Pargo (Boca Colorada)	112 Libras
Robalo	113 Libras
Curil	60 Canasto (60 conchas)
Sazón Completa	3 Bote 500 ml
Pimienta	2 Bote de 115 ml
Mayonesa	3 Botes de 500 ml
Mostaza	3 Botes de 500ml
Sal	5 Lb
Salsa negra	5 Botes de 250 ml
Chile	3 Botes de 200 ml
Crema de mariscos	25 Bolsa de 60 gr
Consomé	3 Botes de 250 gr
Azúcar	50 Libras
Aceite	5 Botellas de 1 galón
Kétchup	6 Botes de 392 gr
Jabón para lavar platos	3 Pastillas
Papas para Freír	20 Bolsa
Jabón	10 Botes de 500 ml
Papel higiénico	2 Paquetes de 24 rollos
Bolsa para basura	10 bolsas de 25 unidades
Servilletas	10 paquetes de 100 servilletas
Cucharas desechables	15 Bolsas de 25 Unidades
Frijol	8 libras
Arroz	10 lb
Huevos	15 cartones de 25 Unidades
Tenedores desechables	15 cartones de 25 Unidades
Carne Churrasco	75 Libra
Pechuga deshuesada	40 Libra
Pollo entrecierna	35 Libra
Leche	10 Galón
Queso duro blando	10 Libras
Crema	8 Botella
Escoba	4 Unidades
Lejía	4 fardos de 12 unidades
Detergente	3 Bolsas de 1 kilo
Esponja	5 Unidades

Tabla 196 Requerimientos de restaurante

- **ALOJAMIENTO**

Actualmente el Centro Ecoturístico Cuenta con 2 Bungalows donde las personas pueden alojarse si así lo desean pero de los 2 que tienen solo 1 está habilitado temporalmente.



Ilustración 174 Bungalows

Tipo de servicio	Alojamiento (Bungalow)
Cantidad	2 Bungalós
Tamaño	Capacidad para 4 personas
Instalaciones	Servicio sanitario, mesa de noche, cama matrimonial, ventilador de pedestal.
Hora de servicio	Todos los días, 24 horas.
Estado	Actualmente solo se encuentra habilitado uno de los dos Bungalós para brindar este servicio

Tabla 197 Descripción Alojamiento

- **RANCHOS HAMAQUEROS**

Los Ranchos Hamaqueros con los que cuentan las instalaciones son 4 donde estos tienen un techo de palma cuenta con 2 hamacas una mesa con 4 sillas y el uso de este es gratuito siempre y cuando se consuma más de \$1.00 dentro de las instalaciones. Estos tienen vista hacia la playa y cuentan con un espacio semi abierto donde las personas pueden colocar sus pertenencias.



Ilustración 175 Rancho hamaquero

Tipo de servicio	Rancho Hamaquero
Cantidad	4 ranchos

Tamaño	3 hamacas y una mesa para 4 personas.
Instalaciones	Área techada, con vigas, sin paredes, ventilación natural, sin iluminación.
Hora de servicio	Todos los días, 24 horas.
Estado	Todos están habilitados.

Tabla 198 Descripción de rancho hamaquero

- **RANCHOS SOMBRILLERO**

El Centro Ecoturístico cuenta con 3 Sombrilleros los cuales están ubicados a la orilla del mar para poder disfrutar de una vista agradable mientras se consumen alimentos o simplemente se está descansando bajo sus techos de palma.



Ilustración 176 Rancho Sombrilleros

Tipo de servicio	Rancho Sombrilleros
Cantidad	3 ranchos
Tamaño	Capacidad para 4 sillas (4 personas).
Instalaciones	Área techada, sin paredes, ventilación natural, sin iluminación.
Hora de servicio	Todos los días, de 6.00 am a 8.00pm.
Estado	Actualmente 1 inhabilitado.

Tabla 199 Descripción de rancho Sombrilleros

- **TRANSPORTE EN LANCHA**

Actualmente Punta Real cuenta con una de las lanchas mejor equipadas de la zona y ofrecen servicio de transporte desde los distintos desembarcaderos que hay en la zona para poder llegar a las instalaciones de Punta Real ya sea por Puerto El Triunfo o por Puerto Parada.



Ilustración 177 Lancha para transporte de turistas

Tipo de servicio	de Transporte
Cantidad	1
Tamaño	Capacidad para 16 personas (máximo 24 con cierto grado de incomodidad).
Hora de servicio	Todos los días, de 7.00 am a 5.00 pm.
Estado	Habilitado

Tabla 200 Descripción de lancha para transporte de turistas

- **PISCINA**

Las instalaciones cuentan con una pequeña piscina, asimismo esta tienen un área tipo jacuzzi esta también tiene vista al mar y queda en una posición céntrica en las instalaciones actuales ya que se encuentra entre los baños, los hamaqueros, la cocina y el área de restaurante. Esta se encuentra habilitada actualmente.



Ilustración 178 Piscina del Centro Ecoturístico Punta Real

Tipo de servicio	Piscina
Cantidad	1
Tamaño	Capacidad para 10 personas (máximo 15 personas).
Hora de	Todos los días, de 9.00 am a 6.00 pm (o al gusto del turista si se

servicio	hospeda)
Infraestructura	En las paredes tiene cerámica, a excepción del fondo, está dividida entre el área común y el jacuzzi, sin iluminación.
Estado	Habilitado

Tabla 201 Descripción de la piscina

- **CANCHA DE FÚTBOL PLAYA**

El Centro Cuenta con un espacio donde hay una cancha de futbol la cual no está habilitada ya que le hace falta limpieza al área ya que hay mucha maleza y por ello no puede ser utilizada por los turistas.



Ilustración 179 Cancha de Futbol Playa

Tipo de servicio	Cancha de Fútbol Playa.
Cantidad	1
Tamaño	Capacidad para 10 jugadores (máximo 14).
Infraestructura	Cuenta con 2 porterías, sin iluminación.
Hora de servicio	Todos los días, de 9.00 am a 6.00 pm
Estado	Inhabilitada.

Tabla 202 Descripción de la Cancha de futbol playa

- **Ranchito**

Es un espacio físico que se utiliza como bodega, la cual necesita mejorarse. El cual mide 2 x 3 metros.

Recursos turísticos

Para la incorporación de atractivos turísticos, se tomaran en cuenta los siguientes recursos turísticos con los que cuenta la Bahía de Jiquilisco:

		
ISLA PAJARITO	BOCANA DE LA BAHIA	PLAYA PUNTA SAN JUAN
		
CANAL DOS AGUAS	AVISTAMIENTO DE TORTUGAS	CEMENTERIO DE ARBOLES
		
LAGUNA	PLAYA	CEMENTERIO DE BARCOS

Tabla 203 Recursos turísticos en la Bahía de Jiquilisco

- **Isla pajarito:**

Es una isla virgen, y considerada un banco de arena. Las aguas a su alrededor son calmadas y de color azul, perfectas para que los turistas puedan disfrutar de un baño y tomar el sol. También se puede apreciar de una belleza paisajística.

- **Bocana de la bahía:**

Entrada y salida de agua a la bahía. Aproximadamente un km de longitud en su parte más estrecha comprendida entre Punta Real y la Isla San Sebastián, cabe destacar que en la bocana se forman remolinos de agua, conformadas por dos corrientes en sentido opuesto generados por la acción natural de llenado y vaciado, además se forman pequeñas olas en la entrada de la bahía y que chocan contra la playa formando algunos tumbos y al admirar con detenimiento comienza a distinguirse el choque de las dos corrientes formando pequeños remolinos.

- **Playa Punta San Juan:**

Es una playa plana con una pendiente muy poco pronunciada y muy amplia para realizar diferentes actividades por los turistas. La arena de esta playa es de diversidad de colores, por las diferentes tipos de corrientes y minerales encontrados como hierro, arrecifes y vegetación del alrededor, variando entre color café, negro y gris claro.

- **Canal dos aguas:**

Es un área donde se encuentran dos corrientes de agua donde se pueden dar ocasionalmente avistamientos del Cocodrilo Americano en especial en horas de la mañana asimismo hay una alta concentración de Medusas las cuales pueden apreciarse.

- **Avistamiento de tortugas:**

En la Punta San Juan del Gozo se puede apreciar en temporada de desove, la tortuga carey, cabe mencionar que la tortuga carey se encuentra en peligro de extinción.

- **Laguna:**

En la parte del muelle de Punta Real se puede disfrutar de aguas cristalinas que conforman una laguna donde no solo su belleza cautiva sino que en esta se pueden realizar actividades de pesca para principiantes.

- **Cementerios de Barcos:**

En las cercanías de Puerto Barillas existen navíos encallados los cuales en su tiempo tuvieron su esplendor en esta parte se pueden observar con mayor frecuencia avistamientos del Cocodrilo Americano presente en algunas partes de la Bahía de Jiquilisco.

- **Cementerio de árboles:**

Es el área de la península donde se concentran todo tipo de árboles encallados, troncos y grandes ramas que por la evolución de la naturaleza el suelo donde estuvieron sufre erosión y por ende quedan a la deriva en la playa.

Cada uno de los recursos turísticos antes mencionados se encuentran ubicados en la Bahía, a continuación se presenta la ubicación geográfica de los recursos turísticos:



Ilustración 180 Ubicación de los recursos turísticos alrededor de la Bahía



Ilustración 181 Ubicación de los recursos y atractivos turísticos en la Punta San Juan

- **NUEVOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS A INCORPORAR EN LA PUNTA SAN JUAN**

1. Área De Juegos Para Niños

Esta es un área donde los niños pueden divertirse sin correr ningún riesgo, ya que este contara con un área donde los niños pueden jugar en un ambiente seguro y sin peligro de ahogarse, ya que este estará dentro de las instalaciones del Centro Ecoturístico Punta Real.



Ilustración 182 Ejemplo de área de juegos para niños

2. Deportes Acuáticos

En la incorporación de actividades acuáticas que se pueden practicar en la zona como son paseos en Kayak y paseos en Bananas y uso de Motos Acuaticas.

Kayak

Los Kayak se encuentran en grandes variedades de formas y tamaños para cualquier tipo de actividad que le gustaría participar. Es importante saber sobre los diferentes tipos de kayak para que se pueda escoger el tipo más apropiado. Las tres categorías principales de kayak son:

Kayak recreativo:

De las tres clases de Kayak, éste es el kayak más usado. Son normalmente de 12 – 18 pies de largo y de construcción durable en polietileno lineal. Son usados en aguas estancadas (lagunas, canales, estuarios, ríos lentos, mar calma). Algunos tipos son de cabina abierta donde uno puede sentarse encima, mientras otros son de cabina cerrada donde uno se sienta adentro y tiene la opción de usar un spray skirt. Este es un elemento para sellar el kayak para evitar que el agua se introduzca.

Ambos tipos de kayak se encuentra en modelos para una persona o dos personas. Kayak para dos personas son referidos como kayak dobles. Adicionalmente, algunos tienen

escotilla de proa y popa para guardar equipo. Algunos modelos incluyen timón. Kayaks recreativos son buenos para viajes de un día y también para aventuras de varios días.



Ilustración 183 Kayak Recreativo

Kayak para mar

Generalmente son hechos de fibra de vidrio o un plástico más fuerte. Ellos casi siempre tienen una cabina cerrada, una capacidad del almacenamiento más grande, y puede manejar las aguas más picadas del océano. Son por lo menos 15 pies largo y está normalmente provisto con timones. Sin embargo, no son fáciles de maniobrar como el kayak recreativo. El kayak para mar se utiliza para los viajes del multi-día en aguas abiertas a lo largo de la costa por personas con más experiencia.



Ilustración 184 Kayak de Mar

El cuidado y almacenamiento

Normalmente se perfilan la limpieza apropiada y cuidado de equipo en el papel proporcionado por los fabricantes de cada artículo. La mayoría de los artículos, si es usado en un ambiente de agua de sal, debe enjuagarse con agua fresca después de cada uso. El almacenamiento apropiado de equipo también debe ser perfilado por los fabricantes y todo el equipo debe guardarse fuera del sol.

Componentes

- Remos
- Spray Skirt

- chaleco salvavidas / PFD (Dispositivo de Flotación Personal)/ BA (Ayuda de Flotación)
- casco

Accesorios y otros componentes

- achicador
- bolsas secas
- soga
- cuchillo
- carabineros
- radio bidireccional.

Banana náutica

El esquí bus o banana náutica, fue la primera de las modalidades de arrastre colectivas, a pesar del paso del tiempo esta actividad no ha perdido nada de su atractivo.

Cabalgar sobre las olas con tus amigos y compañeros se convierte en una experiencia inolvidable. Apto para todas las edades, niños jóvenes, familias. Desequilibrio, trabajo en equipo, adrenalina extrema.



Ilustración 185 Banana acuática

Motonáutica (Jet Sky)

La motonáutica consiste básicamente en andar en moto de agua. Las motos de agua, motos acuáticas o motos náuticas son un tipo de embarcación ligera con un sistema de conducción similar al de una motocicleta convencional.



Ilustración 186 Motos Acuaticas

La principal diferencia de las motos de agua con otros tipos de embarcación es que no usan hélice sino que son propulsadas por turbina. Andar en una moto de agua suele ser emocionante pero como todo deporte náutico tiene sus riesgos si no se toman las medidas de seguridad básicas como llevar chaleco salvavidas y saber nadar.

Instalaciones Generales

Estas están regidas por la Norma técnica para la vigilancia sanitaria de piscinas y balnearios

Instalaciones sanitarias

- Duchas, inodoros y urinarios (Artículo 21)

Los propietarios o administradores deben instalar duchas, inodoros y urinarios de conformidad a lo siguiente:

1. Todo balneario, debe estar provisto de duchas para los usuarios, las cuales deben estar inmediatas al contenedor, indicando uso obligatorio, antes del ingreso al mismo.
2. La concentración de cloro en el agua de la ducha, debe ser de cero punto tres mg/l (mínima) a uno punto uno mg/l (máximo). El agua debe ser: transparente, sin olor y temperaturas aceptables por el ser humano.
3. Se debe contar como mínimo con una ducha por cada sesenta personas o setenta metros cuadrados de lámina de agua del contenedor.
4. En el caso de contar con lava pies para eliminación de arena, éstos deben contar con una concentración de cloro residual de tres mg/l.
5. Toda instalación, debe tener servicios sanitarios uno por sexo con acceso independiente.

El número mínimo de sanitarios y urinarios debe ser:

- a. Un inodoro por cada cincuenta usuarios, tanto para mujeres y hombres por separado.
- b. Para el caso del baño de hombres se agregará un urinario por cada inodoro.
- c. Se colocarán lavamanos en la proporción de uno por batería de inodoros.

- d. Se dispondrá de papel higiénico, toallas desechables o secador de manos y dosificador de jabón líquido.
- 6. Se deben instalar dos servicios sanitarios tipo inodoro, separados por sexo para personas con capacidades especiales.
 - Vestidores (Artículo 22)

Los vestidores deben cumplir los requisitos sanitarios siguientes:

1. Diferenciados para ambos sexos, cuya cantidad será de acuerdo a la dimensión y capacidad de carga de cada establecimiento recreativo.
2. Dispondrán de bancas y percheros cercanos a los servicios sanitarios.
3. Piso antideslizante y drenaje que asegure la limpieza y desinfección eficaz, el agua de lavado debe drenarse al sistema de tratamiento.
4. Iluminación natural o artificial que permita realizar la actividad con facilidad.
5. Ventilación natural que permita evacuar olores.
6. La superficie total de circulación será al menos cero punto cinco veces la superficie de lámina de agua, en m²

Esta norma también incluye requisitos para:

- Manejo de desechos sólidos
- Manejo de aguas residuales
- Calidad del agua residual

Tipo de servicio	Deportes Acuáticos
Deportes	- Kayac - Banana náutica
Empleados	Se debe designar a una persona encargado de esta actividad, el cual debe estar capacitado en el uso de equipo de los deportes de Kayac, Bananas y Donuts, en primeros auxilios y en atención al cliente.
Descripción	Se deben prestar los deportes de kayak y Banana náutica, los cuales los turistas pueden adquirir y disfrutar en su estadía en el Centro Eco turístico Punta Real.

Tabla 204 Requerimientos generales

3. Senderismo

Senderismo es la actividad deportiva no competitiva, que se realiza sobre caminos balizados, preferentemente tradicionales, ubicados en el medio natural; busca acercar a la persona al medio natural.

El sendero natural procura acercar al caminante a los atractivos paisajísticos y culturales más llamativos del sector por donde atraviesa, así como también, procura mostrar una síntesis de los diversos ambientes, ecosistemas, regiones a que pertenece.

Emplazamiento

Se refiere al lugar en donde estará asentado el sendero y se clasifica en:

- Sendero Urbano: Los encontramos en zoológicos, viveros, jardines botánicos, centros de educación ambiental, dentro de las ciudades.
- Sendero Suburbano: Son aquellos que se ubican en las inmediaciones de la frontera entre la zona urbana y las zonas rurales, es decir, las zonas conurbadas en donde todavía se encuentran los recursos naturales relativamente sin disturbar.
- Sendero Rural: Ubicados dentro de comunidades rurales, donde se resaltan los aspectos históricos, culturales y naturales, representativos de la vida en el campo.
- Sendero en Espacios Naturales: Ubicados en espacios donde la presencia humana con desarrollo urbano e infraestructura es nulo o escaso.

Tipos de senderos

- Sendero interpretativo.

Son relativamente cortos y se localizan cerca de las instalaciones de uso intensivo de las Áreas Protegidas, como son centro de visitantes y áreas para acampar. Su objetivo es mostrar la flora, fauna y otros valores naturales del área de una manera atractiva para los visitantes. En algunos casos, estos senderos requieren de un guía o intérprete que explique lo que se puede observar, ayudando a la interpretación ambiental. En otros casos son auto guiado, es decir, pueden ser recorridos sin guía, pero con el apoyo de señales, carteles o folletos que ayudan a interpretar los atractivos que presenta el sendero.

- Sendero para excursión.

Son de recorrido más largo. Su función es facilitar el acceso de los visitantes a lugares del Área Protegidas que tengan un especial valor escénico o ecológico. Éstos deben estar muy bien diseñados tanto en su trazado como en sus características técnicas y señalizadas de manera que sean seguros y no produzcan impactos negativos en el medio ambiente.

- Sendero de acceso restringido

Son mucho más rústicos y recorren amplias zonas del Área Protegida, permitiendo llegar a sitios alejados. Son fundamentales para las tareas de vigilancia y monitoreo del AP (Área Protegida) y, por lo general, solo son utilizados por los propietarios y guarda parques, por lo que no requieren de carteles ni señales. En algunos casos pueden ser utilizados por visitantes con intereses especiales, los que siempre deben ser acompañados por alguien que conozca la ruta.

Tipos de recorrido

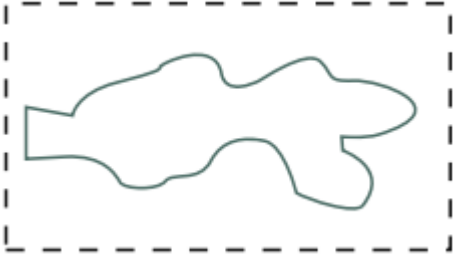

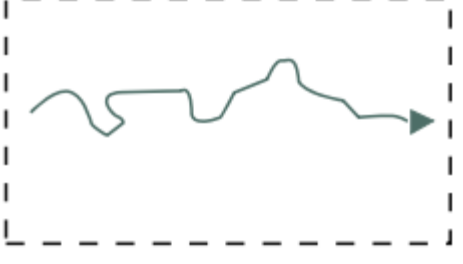
<p>Sendero tipo circuito</p>	<p>Recorridos donde el inicio y el final coinciden en la misma zona.</p>	
<p>Sendero multicircuitos</p>	<p>De un sendero principal, se desprenden otros senderos, con diferentes niveles de dificultad, distancia, duración y atractivos, lo que permite diversificar el área de uso público.</p>	
<p>Sendero lineal o abierto</p>	<p>Recorrido con inicio y final en diferente zona.</p>	

Ilustración 187 Tipos de senderos

Modalidad de los senderos

- Guiados

Conducidos por un guía monitor y siguen normalmente una ruta definida. Se consideran en su planeación las características del público usuario (edad, esfuerzo físico, distancias, tiempos, entre otros) además, los grupos no deben ser numerosos, no más de 20 personas y el principal medio para transitar los senderos es por medio de la caminata, por lo que se deberán adecuar a esta actividad físico – motriz.

- Auto guiados

Los visitantes realizan el recorrido del sendero con la ayuda de folletos, guías, señales interpretativas, señalamientos preventivos, restrictivos e informativos u otros materiales que existan en los centros de visitantes o lugares de información. Esto, junto con íconos de recomendación e información, ayudan a realizar el recorrido de una forma segura e informativa. No se requiere de una persona intérprete de la naturaleza para realizar el recorrido.

- Mixtos

El sendero está equipado con cédulas de información y además es guiado por guías intérpretes de la naturaleza.

Características que debe tener un sendero

- Permitir la llegada a aquellos lugares aptos para ser visitados. Como el objetivo principal de las áreas protegidas privadas es la conservación, un sendero debe contribuir a que la presencia de visitantes se restrinja solo a aquellas zonas que han sido definidas como aptas para el uso público, de acuerdo a una planificación previa.
- Representar los principales ecosistemas del área. Si bien en toda área existen ecosistemas de mayor importancia o fragilidad que no es recomendable que sean visitados, es deseable que los senderos incorporen en su recorrido la mayor diversidad posible de ambientes naturales.
- Acceder a las zonas de mayor belleza escénica. Los senderos buscan llevar a los visitantes a lugares de especial valor paisajístico, previamente identificados en un inventario de elementos singulares o atractivos (rocas, cuevas, árboles monumentales, cascadas). De esta forma, el recorrido va conectando los distintos puntos seleccionados en su trazado.
- Considerar medidas de diseño para regular la capacidad de carga. Los diferentes ecosistemas admiten distintas intensidades de uso de acuerdo a su grado de fragilidad. Los senderos deben trazarse, construirse y ser empleados de manera que no generen intensidades de uso que puedan afectar severamente o de manera irreversible a los ecosistemas, hábitat y recursos naturales.
- Ofrecer seguridad y comodidad. La persona que transita por el sendero debe sentirse cómoda y segura. En la medida de lo posible, los senderos deben poder ser transitados durante todo el año, aunque por razones de accesibilidad, seguridad o riesgo ambiental, su uso suele estar restringido a una determinada estación.
- Utilizarse para la función exclusiva para lo cual fueron diseñados. Si un sendero fue diseñado para ser transitado a pie, esta restricción debe ser respetada. Con ello se contribuye a resguardar la seguridad de los usuarios, al mismo tiempo que se previenen mejor los posibles impactos negativos y se asegura un mejor mantenimiento.

Principios para el diseño de senderos

- Utilización y recuperación de antiguos caminos.
- Tener interés paisajístico, histórico, etnográfico o medioambiental.
- Fomentar la actividad senderista de una zona.
- No transitar por tramos con tráfico rodado o zonas de riesgo.
- Su recorrido debe requerir de conocimientos, técnicas y materiales.
- Estar señalizado.
- Contar con una interpretación ambiental, paisajística, cultural, etc.

Construcción del sendero

La época del año en que se realizarán las obras se recomienda que sea cuando no llueva con mucha intensidad, o durante momentos de tormentas eléctricas, el exceso de agua puede dificultar los movimientos de tierra, pero también permite detectar las

áreas con problemas de inundación y requerimientos de drenaje que no se tenían al momento de proyectar y que surgieron durante las primeras etapas de la construcción.

Emplazamiento	
Sendero en Espacio Natural	El sendero a diseñar será un sendero en espacio natural, ya que el desarrollo es escaso, además la zona cuenta con un ambiente casi natural, ya que en la zona se encuentra una pequeña comunidad.
Tipo de sendero	
Sendero interpretativo	Ya que estará ubicado en un Área Protegida, donde se pretende mostrar la flora y fauna que existe en la zona
Tipo de recorrido	
Sendero multicircuitos	Ya que contara con un sendero principal, y un sendero con mayor distancia y duración.
Modalidad del sendero	
Mixto	El sendero contara con cedulas de información, pero será guiado por un guía.

Tabla 205 Características del sendero a incorporar

Estándares básicos de diseño

En líneas generales, el sendero a lo largo de su trazado deberá estar regulado por ciertos parámetros técnicos de diseño, los cuales tendrán algún grado de flexibilidad en función de la zona biogeográfica donde se emplace el proyecto, debido a las diversas situaciones climáticas, topográficas, edafológicas y geomorfológicas.

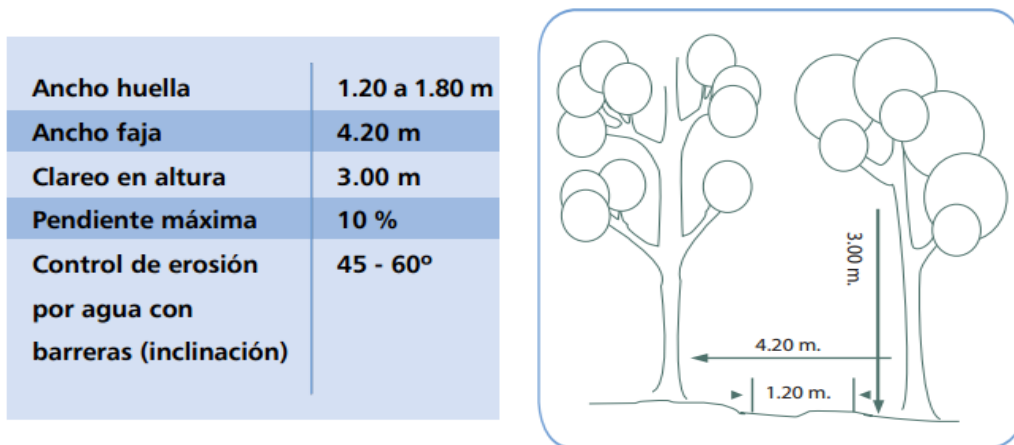


Ilustración 188 Especificaciones técnicas de un sendero

Consideraciones técnicas y de conservación ambiental (Riter, 2000)

- La erosión es un proceso natural que sucede todo el tiempo, los usuarios aflojan el suelo, pero son el agua y el viento los que lo arrasan. Por lo que se

deberán dar las recomendaciones a los senderistas sobre las medidas conservacionistas durante su recorrido.

- Los senderos son una creación artificial. Cuando se construye o repara un sendero la meta deberá ser complementar los procesos y paisajes naturales.
- Determinar qué es lo que sucede naturalmente en un área específica y tratar de imitar hacia dónde corre el agua, el viento, cómo crece la vegetación, etc.
- Identificar geográficamente sobre mapas y en el terreno los sitios de interés para los visitantes, así como aquellas áreas restringidas, ya sea por seguridad u otras razones (miradores, Ciénegas, áreas de cultivo cercadas, etc.).
- Limpiar la vegetación a un metro de cada lado del sendero, partiendo desde el centro. No cortar los árboles o renuevos sin permiso. Sólo remover las malezas a los lados. Salvar la mayoría de reforestación o renuevos, si están pequeños se podrían trasplantar. Si existen raíces o tocones no dejarlos al ras del suelo, se deben remover totalmente.

Mapa de senderos



Ilustración 189 Mapa de los Senderos

Señalización en senderos

La señalización se adaptará a las condiciones culturales de la localidad, así como de los materiales adecuados acorde al clima, entre otros factores de elección. Se identifican tres tipos fundamentales de señalamientos a utilizar en el sendero:

- Señalamientos informativos: Brindan información geográfica sobre destinos, distancias y actividades que es posible practicar y los servicios disponibles.
- Señalamientos preventivos: Su propósito es atraer la atención del visitante con relación a obstáculos u otros peligros que se pueden tener en la naturaleza en general o en la práctica de algunas actividades en particular.
- Señalamientos restrictivos: La prohibición de ciertas actividades y actitudes es determinante en la seguridad y comportamiento de los visitantes, con relación a la conservación de los atractivos naturales y culturales, así como la protección del mobiliario y equipo.

REQUERIMIENTOS PARA EL SENDERO

MOBILIARIO Y EQUIPO		
Descripción	Cantidad	Ilustración
Mampara de información	2	
Señal de indicador de senderos	12	
Construcción del Sendero	2	

Tabla 206 Requerimientos de sendero

4. Estación De Bocadillos Y Bebidas

Es un lugar donde se comercializan bocadillos y bebidas a los turistas, además cuenta con mobiliario para el descanso de los turistas mientras estos disfrutan de los productos que adquieren en la estación pudiendo admirar la Bocana El Bajón asimismo esta contara con los siguientes bocadillos y bebidas como se presentan a continuación:

<p>Besos del sol mixtos. Mixto de salchichas empanizadas</p>	
<p>Papas real Papas fritas con queso cheddar</p>	
<p>Escorpión de mar. Brochetas de fresa y malvaviscos.</p>	
<p>Pinchos de fruta fresca Frutas de temporada</p>	

<p>Laguna roja Gelatina de fresa con trozos de sandía y coco.</p>	
<p>Crepúsculo rosado Limonada rosada con trozos de sandía.</p>	
<p>BEBIDAS ARTIFICIALES</p>	
<p>Te de sabores</p>	
<p>Sodas</p>	

Tabla 207 Productos a comercializar en estación de boquitas y bebidas

Menú

A continuación se presenta una propuesta de diseño de menú, el cual presentamos a continuación:








Ilustración 190 Propuesta de menú para estación de boquitas y bebidas

REQUERIMIENTOS

MATERIALES		
Descripción	Cantidad	Ilustración
Salchichas Toledo con queso	20 paquetes	
Empanizado casero	20 unidades	
Aceite (presentación de 2.84 L)	2 unidades	
Fresas	8 libras	
Malvaviscos (presentación de 270 gr)	4 unidades	
Gelatina de fresa (presentación de 450gr)	5 unidades	
Sandia	10 unidades	
Coco	10 unidades	

Melón	4 unidades	
Kiwi	10 unidades	
Limón	25 unidades	
Guineos	10 libras	
Sodas	8 cajas (de diferentes sabores)	
Té helado	2 fardos	
Agua de botella	2 fardos	
Servilleta cuadrada	50 paquetes	

Escoba	2	
Trapeador	2	
Papel higiénico (presentación de 24 rollos)	4 paquetes	
Jabón líquido para platos (presentación de 400ml)	10 unidades	
Jabón líquido para manos (presentación de 221ml)	4 unidades	
Desinfectante	4 galones	
MOBILIARIO Y EQUIPO		
Descripción	Cantidad	Ilustración
Cocina	1	

Refrigeradora	1	
Mesa de palets	2	
Juego de mesa de palets	5	
Repisa de palets	2	
Fregadero	1	

Lavamanos	1	
Inodoro	1	
Licadora	1	
Cuchillos	2	
Vasos de vidrio	30	








Platos de baquelita	30	
Tazas de baquelita	30	
Tenedores acero inoxidable	30 unidades	
Cucharas acero inoxidable	30 unidades	
Cuchillos acero inoxidable	30 unidades	
Sartén	2	
Sartén freidora	1	

Tabla 208 Requerimientos de estación de boquitas y bebidas

5. Estación de raspados

La estación de raspados es un espacio donde los turistas pueden adquirir helados raspados tales como, minutas, batidos de frutas, entre otros.

<p>Arcoíris Minuta con diferentes jarabes.</p>	
<p>La clásica Minuta con jarabe y leche condensada.</p>	
<p>Ponche de frutas Minuta con jarabe y frutas.</p>	
<p>Choco bananos Banano cubierto de chocolate.</p>	

Tabla 209 Productos a comercializar en estación de raspados

Menú

A continuación se presenta una propuesta de diseño de menú, el cual presentamos a continuación:



Ilustración 191 Propuesta de menú de estación de raspado

REQUERIMIENTOS ESTACION DE RASPADOS

MATERIALES		
Descripción	Cantidad	Ilustración
Guineos	15 libras	
Chocolate	10 unidades	
Coco	10 unidades	
Jarabe de frutas	9 botellas	
Servilleta cuadrada	50 paquetes	
Escoba	2	
Trapeador	2	
Jabón líquido para platos (presentación de 400ml)	10 unidades	

Jabón líquido para manos (presentación de 221ml)	4 unidades	
Desinfectante	4 galones	
MOBILIARIO Y EQUIPO		
Descripción	Cantidad	Ilustración
Fregadero	1	
Juego de mesa de palets	5	
Freezer de 15 pies cúbicos		

Mesa de palets	2	
Repisa de palets	1	
Hielera	1	
Raspadora de hielo	1	
Tazones de baquelita	30	
Vasos de vidrio	30	
Cucharas acero inoxidable	30 unidades	

Tabla 210 Requerimiento de estación de raspados

6. Área de descanso

El área de descanso es un espacio donde los turistas pueden descansar y reponer fuerzas si lo desean cuando están haciendo uso de los senderos, esta área dispondrá de sillas y mesas elaborados de pallets para contribuir con el cuidado del medio ambiente por medio de la utilización de materiales amigables con el medio ambiente ya que se realiza reciclaje asimismo esta área podrá ser usada por los turistas en general que consuman en las instalaciones de Punta Real a las personas que no son clientes tendrá un costo de \$2.00 por hacer uso del área.

REQUERIMIENTOS PARA EL AREA DE DESCANSO

MOBILIARIO Y EQUIPO		
Descripción	Cantidad	Ilustración
Sofá de palets	8	
Mesa para sala de palets	4	
Sillas haragana de palets	6	
MATERIALES		
Brochures	20	
Menús	10	

Tabla 211 Requerimientos en área de descanso

7. Centro De Interpretación Ambiental

Los Centros de Interpretación Ambiental son estructuras especializadas a través de la cual, se fomenta la creación, desarrollo y ejecución de actividades relacionadas al cuidado y protección del medio ambiente, para salvaguardar las riquezas naturales y culturales de la zona.

REQUERIMIENTOS PARA EL CENTRO DE INTERPRETACION AMBIENTAL

MOBILIARIO Y EQUIPO		
Descripción	Cantidad	Ilustración
Mesas de palets	5	
Sofá de palets	2	
Afiches Informativos		
MATERIALES		
Brochures	25	

Tabla 212 Requerimientos en centro de interpretación ambiental

8. Estación De Bar

Es un lugar donde se servirán bebidas Alcohólicas, no Alcohólicas y boquitas generalmente para ser consumidos de inmediato en el mismo establecimiento en un servicio de barra. La persona que atiende el bar suele estar de pie, tras la barra, y en el mundo anglosajón se le conoce tradicionalmente con el nombre de bar tender.

Bebidas alcohólicas	
Cervezas	
Sidra	
Vodka	
Whisky	



Tabla 213 Productos a comercializar en estación de Bar

Menu

A continuación se presenta una propuesta de menú para la estación de Bar:

Menú Bar

Aperitivos

- Orden de conchas abiertas \$0.00
- Coctel de Conchas \$0.00
- Consomé de jaibas \$0.00

Platos Fuertes

- Camarones Punta Real \$0.00
Camarones empanizados con coco
- Camarones en especialidad \$0.00
Camarones al ajillo o a la plancha
- Pescado a la Tropicana \$0.00
Pescado frito coccionado con coco
- Pescado tradicional \$0.00
Pescado frito sazonado con especias tradicionales
- Carne o pechuga a la plancha \$0.00
Carne de res o pechuga de pollo adobada con nuestra receta especial a la plancha

** Todos los platos fuertes van acompañados con una porción de arroz y una porción de ensalada jardinera clásica.*

Cervezas

CERVEZAS NACIONALES

- Pilsener \$0.00
- Golden \$0.00
- Suprema \$0.00

CERVEZAS INTERNACIONALES

- Heineken \$0.00
- Corona \$0.00

SMIRNOFF ICE

- Smirnoff Ice Vodka Roja \$0.00
- Smirnoff Ice Triple Black \$0.00
- Smirnoff Ice Raspberry Crush \$0.00

Ilustración 192 Propuesta de menú para estación de Bar



Ilustración 193 Propuesta de menú para estación de Bar

REQUERIMIENTOS PARA LA ESTACION DE BAR

MATERIALES		
Descripción	Cantidad	Ilustración
Cervezas	8 cajas	
Sidra	5 botellas	
Vodka	5 botellas	
Whisky	5 botellas	
Ron	5 botellas	
Sodas	8 cajas (de diferentes sabores)	
Té helado	2 fardos	

Agua de botella	2 fardos	
MOBILIARIO Y EQUIPO		
Descripción	Cantidad	Ilustración
Juego de mesa	4	
Taburete de palets	8	
Barra de palets	4 piezas (2 piezas de 1.6x0.6 metros , 2 piezas de 2.0x0.6 metros)	
Mesa multifuncional	4	








Repisas para bebida y cristalería de palets	2	
Coctelera	2	
Vaso mezclador	2	
Cuchara mezcladora	2	
Colador de coctel	2	
Vaso medidor (Jigger)	2	
Licuadora	1	

Tabla 214 Requerimientos en estación de Bar

8. Área De Spa



Ilustración 194 Spa

La definición de spa es un centro sanitario que ofrece terapias, tratamientos o sistemas de relajación utilizando como elemento principal el agua con propiedades mineral-medicinales, tales como jacuzzis, hidromasajes, piscinas, sauna, etc. El término spa proviene del acrónimo en latín de "salus per aquam" y significa "salud a través del agua".

Es un sitio donde se aplican diversos tratamientos, terapias o sistemas de relajación, utilizando como base el agua; todo ello enfocado al bienestar físico, mental y espiritual de la persona.

Tipos de Spa

- Day-Spa (Spa de Día) o urbano: En este tipo el servicio se proporciona el mismo día, generalmente esta modalidad se concentra más en zonas urbanas.
- Spa de Destino: Adicionalmente a los servicios de un spa, ofrece hospedaje; comúnmente el spa destino se encuentra dentro de hoteles, resorts o en lugares turísticos.
- Spa Médico: En un spa que ofrece además tratamientos médicos y medicamentos bajo la supervisión de un doctor.
- Los Spa de cuidados: son ideales para complementar tratamientos psicológicos y hasta psiquiátricos como los trastornos de ansiedad. Los programas son básicamente anti estrés y fortalecen al cliente para que afronte los sucesos cotidianos.

REQUERIMIENTOS PARA EL AREA DE SPA

MOBILIARIO Y EQUIPO		
Descripción	Cantidad	Ilustración
Camilla de madera para Spa	2	
Mesa de pallets	1	
Sofá de pallets	1	
Repisa de Pallets	1	
MATERIALES		
Tasas	20	







Artesanías	20	
Conservas	20	
Bisutería	20	
Aceite de Coco	20	
Aceites Aromaticos	8	
DESTRUCTIBLES		
Toallas	4	
Sábanas	4	

Tabla 215 Requerimientos en área de Spa

c. PROYECTO: MEJORAMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA

En el proyecto anterior se presentaron las propuestas de los nuevos atractivos turísticos donde estos tenían diferentes requerimientos entre ellos los materiales, mobiliario, en algunos casos insumo como carnes, bebidas entre otros. Pero todos necesitan un área que es la infraestructura y en este proyecto se diseñaran las áreas que se deben construir para que el proyecto anterior se ejecute de la manera correcta, así como las mejoras que se le debe hacer a las áreas ya existentes.

Para comenzar se presentara la capacidad instalada con la que cuenta el Centro Ecoturístico Punta Real actualmente para tener el parámetro de lo que se tiene construido y lo que se quiere construir, ampliar o simplemente mejorar si fuese el caso.

A continuación se presentan las áreas actuales y un plano de las instalaciones de cómo se encuentra hasta el momento:

- Área de restaurante (Rancho)
- Cocina
- 2 Bungalows (para alojamiento)
- Piscina
- Ranchos Hamaqueros (4 para estadía)
- Rancho Sombrilleros (3 para estadía)
- Muelle
- Ranchito
- Baños (Incluyen vestidores y duchas)



Ilustración 195 Instalaciones en Punta Real

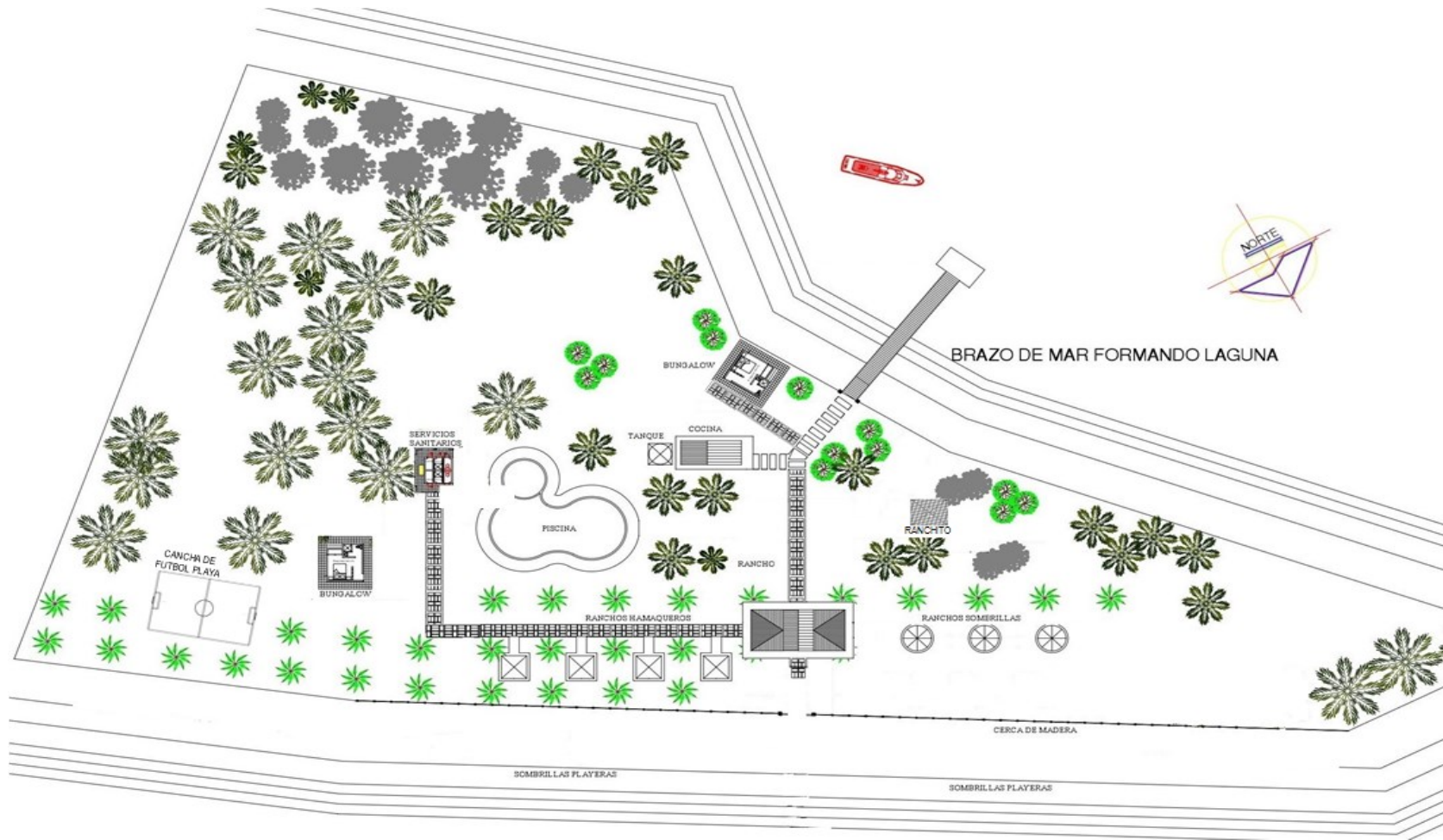


Ilustración 196 Distribucion en Planta actual

Sabiendo la distribución actual de las áreas ya existentes se presentan as capacidades de carga para las áreas ya construidas posteriormente se desplegaran las áreas a construir con sus capacidades:

Capacidad del restaurante

Para poder determinar cuál es la capacidad actual de carga, se debe determinar cuántas personas máximo se pueden atender en el restaurante, para ello se cuenta con el siguiente recurso:

RESTAURANTE		
Tipo de recurso	Descripción	Cantidad
Propio	Mesas de plástico	5
	Mesas de madera	5
	Mesas de metal	4
Terceros	Mesas de plástico (alquiladas)	24
Capacidad de carga turística		38
Capacidad real		14

Tabla 216 Carga Turística de Restaurante

Actualmente El Centro Ecoturístico Punta Real tiene una capacidad de carga turística de atender a 150 personas en el restaurante sin problemas siempre y cuando estas reserven previamente ya que sin avisar solo pueden atender a un aproximado 56 personas diarias, ya que propiamente solo poseen 14 mesas para atender el servicio de restaurante.

Capacidad de los Ranchos Sombrilleros

Descripción	Capacidad instalada	Capacidad real
Ranchos Sombrilleros	3	2
Cantidad de personas	12	8

Tabla 217 Capacidad Ranchos Sombrilleros

Capacidad de los Ranchos Hamaqueros

Descripción	Capacidad instalada	Capacidad real
Ranchos hamaqueros	4	4
Cantidad de personas	16	16

Tabla 218 Capacidad Ranchos Hamaqueros

Capacidad del Alojamiento

Descripción	Capacidad instalada	Capacidad real
Bungalós	2	1
Cantidad de personas	8	4

Tabla 219 Capacidad del Alojamiento

Las capacidades con el mejoramiento de la infraestructura se va aumentar en las siguientes áreas:

Descripción	Capacidad instalada	Capacidad real
Bungalós	3	3
Cantidad de personas	12	12

Tabla 220 Capacidad Nueva del Alojamiento

Descripción	Capacidad instalada	Capacidad real
Ranchos Sombrilleros	3	3
Cantidad de personas	12	12

Tabla 221 Capacidad Nueva de Ranchos Sombrilleros

Incorporaciones Nuevas Capacidad

Descripción	Capacidad instalada	Capacidad real
Estación de Bocado y Bebidas	1	1
Cantidad de personas	20	20
1 mesa con 4 sillas	5 juegos	5 juegos

Tabla 222 Capacidad de Estación de Bocado y Bebidas

Descripción	Capacidad instalada	Capacidad real
Área de Descansa	1	1
Cantidad de personas	20	20
Muebles de 2 personas	8 muebles	8 muebles
Sillas individuales	4 sillas	4 sillas

Tabla 223 Capacidad del Área de Descanso

Descripción	Capacidad instalada	Capacidad real
Estación de Raspados	1	1
Cantidad de personas	20	20
Mesa con 4 sillas	5 juegos	5 juegos

Tabla 224 Capacidad de Estación de Raspados

Descripción	Capacidad instalada	Capacidad real
Área de Spa	1	1
Cantidad de personas	4	4
Camas	2	2
Mueble de espera	1	1

Tabla 225 Capacidad del Spa

Descripción	Capacidad instalada	Capacidad real
Estación de Bar	1	1
Cantidad de personas	26	26
Mesas con 4 sillas	4 juegos	4 juegos
Barras de 3 personas	2 barras	2 barras
Barra de 2 personas	2 barras	2 barras

Tabla 226 Capacidad Estación de Bar

Descripción	Capacidad instalada	Capacidad real
Centro de Interpretación Ambiental	1	1
Cantidad de personas	16	12
Muebles de 2 personas	2 muebles	2 muebles

Tabla 227 Centro de Interpretación Ambiental

Descripción	Capacidad instalada	Capacidad real
Área de juegos para niños	1	1
Cantidad de personas	15	10

Tabla 228 Área de Juego para niños

Descripción	Capacidad instalada	Capacidad real
Sendero	2	2
Cantidad de personas	56	20

Tabla 229 Capacidad del Sendero

El proyecto de Infraestructura está diseñado desde dos ejes los cuales son los siguientes:

- **Construcción de mejoras a las áreas ya existentes**
- **Construcción de las áreas nuevas**

Primero se desplegarán las áreas a mejorar de las que existen en el Centro Ecoturístico y posteriormente se abordará lo concerniente a la construcción de áreas nuevas:

- **Baños y duchas**

Actualmente los baños y duchas del Centro Eco turístico Punta Real se encuentra en mal estado, y es necesario que estén en óptimas condiciones



Ilustración 197 Baños y duchas

Los baños deben repararse la puerta, ya que esta no le sirve el cerrojo de la puerta y deben limpiarse constantemente para que estén en buenas condiciones para los turistas. Las duchas necesitan puertas con su respectivo cerrojo, ya que estas no poseen, y deben limpiarse constantemente. Los vestidores deben de limpiarse y colocar ganchos para ropa y reparar la puerta ya que esta no sirve el cerrojo de la puerta.



Ilustración 198 Interior de los Sanitarios, duchas y des vestideros

- **Habilitación de Bungaló**

Actualmente solo 1 bungaló está habilitado, para brindar el servicio de alojamiento. El bungaló inhabilitado se usa actualmente como bodega ya que dentro de él, se almacenan materiales y equipos diversos. Cabe mencionar que hay partes que reparar en el bungaló y limpieza profunda dentro del bungaló.



Ilustración 199 Interior del Bungaló deshabilitado

Requerimientos para habilitar Bungalow

Requerimiento	Concepto	Cantidad
Mobiliario y Equipo	Cama matrimonial	1
Mobiliario y Equipo	Ventilador de Pedestal	1

Ilustración 200 Requerimiento para habilitar Bungalow

Mejoramiento de los Ranchos Hamaqueros

Actualmente están habilitados los Ranchos Hamaqueros, pero estos necesitan algunas mejoras como la ampliación del des vestidero, en algunos casos la terminación del des vestideros en uno de los Ranchos Hamaqueros.



Ilustración 201 Ranchos hamaqueros

Requerimientos para mejorar los Ranchos Hamaqueros

Requerimiento	Cantidad
Lavamanos	4
Armario de pared pequeño	4

Tabla 230 Requerimientos para Hamaqueros

Mejoramiento de la piscina

Para mejorar la piscina se debe considerar labores de mantenimiento de la piscina, así como pintarla ya que las paredes de esta no están pintadas.



Ilustración 202 Piscina

Requerimiento para la Piscina

Requerimiento	Cantidad
Pintura	1 cubeta

Tabla 231 Requerimientos Piscina

Mejoramiento de la Cancha de Fútbol Playa.

Actualmente la cancha se encuentra inhabilitada, debido a la maleza que ha crecido y a la basura que las mareas han dejado en ella, por lo tanto se debe considerar realizar labores de limpieza y darle mantenimiento para que esté disponible para los turistas.



Ilustración 203 Cancha de futbol

REQUERIMIENTOS PARA LOS ESPACIOS ACTUALES

AREAS ACTUALES				
AREA	DESCRIPCION	AREA (m ²)	CANTIDAD	AREA TOTAL
Area de restaurante (rancho)	14 mesas, 56 sillas	28	1	28
Bungalow	1 cama, 1 mesa de noche, baño, lavamanos y ducha.	20.25	2	40.5
Rancho hamquero	1 mesa, 4 sillas. 3 hamacas	4	4	16
Rancho sombrillero		7.85	3	23.55
Muelle	Muelle actual	25	1	25
	Total muelle			25 m ²

Tabla 232 Requerimientos de espacio áreas actuales

AREA DE COCINA			
DESCRIPCION	CANTIDAD	AREA	SUB-TOTAL
Área donde se preparan los alimentos	1	15	15
TOTAL AL 150%			22 m ²

Tabla 233 Requerimiento de espacio área de cocina

SANITARIOS			
DESCRIPCION	CANTIDAD	AREA	SUB-TOTAL
Sanitario	2	1	2
Lavamanos	2	0.3	0.6
Ducha	2	1	2
Vestidores	2	1	2
SUB-TOTAL			6.6
TOTAL CON LA ACERA			10 m ²

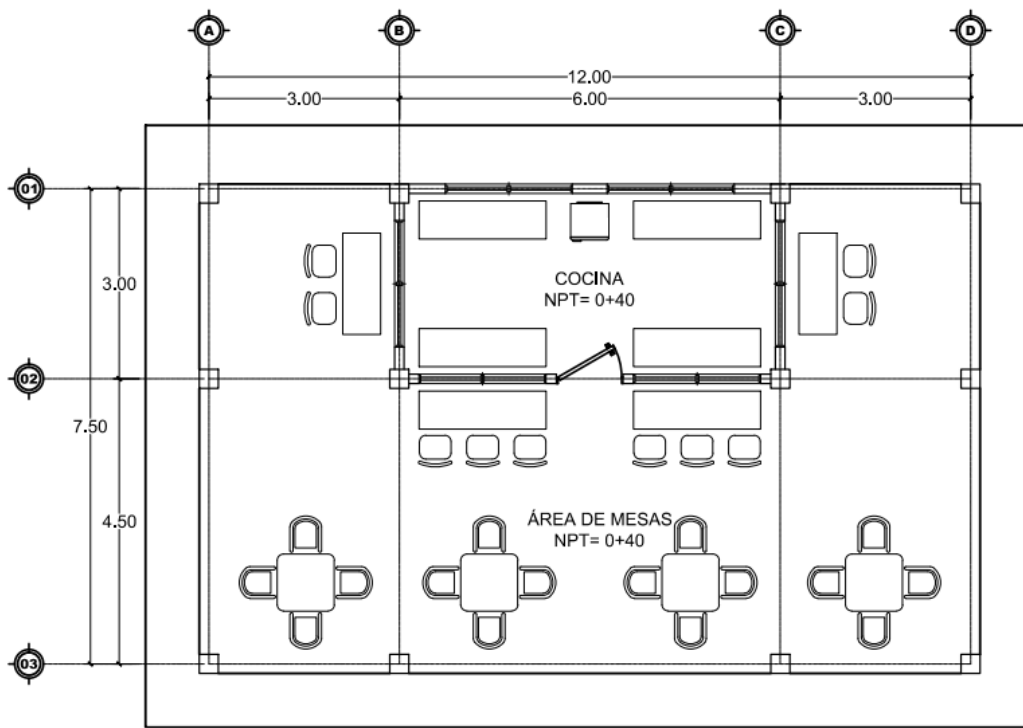
Tabla 234 Requerimientos de espacio de sanitarios

A continuación se presenta el diseño del espacio físico de los nuevos atractivos turísticos, cabe mencionar que solamente se abordara la infraestructura ya que en el programa de producto turístico se abordaron estas áreas y sus requerimientos generales:

Estación de Bar

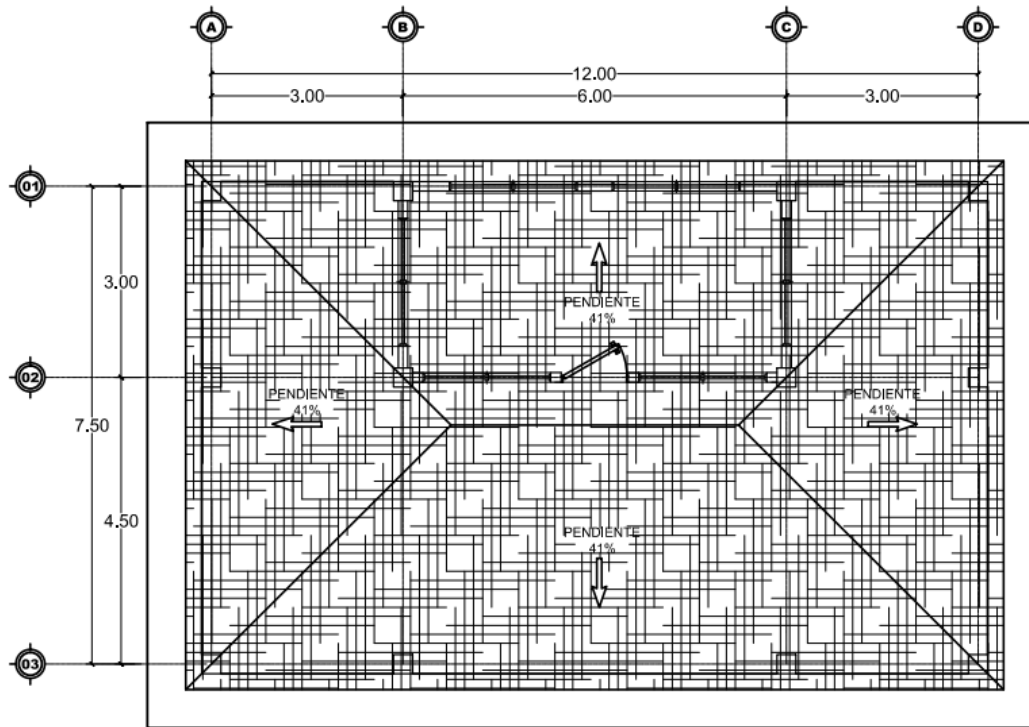
Capacidad del Bar 26 personas	
Instalaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Un área cerrada donde se preparan las diferentes bebidas y boquitas que oferta el Bar. • Un área abierta donde se encuentran los desayunadores y las mesas. • Cuenta con 2 desayunadores con capacidad para 2 personas, 2 desayunadores con capacidad para 3 personas, 4 mesas con capacidad para 4 personas. • Todas áreas se encuentra techadas.
Área Total (metros cuadrados)	7.50 x 12.00 = 90 metros cuadrados

Tabla 235 Infraestructura Bar



PLANTA ARQUITECTONICA BAR

Ilustración 204 Planta arquitectonica Bar



PLANTA DE TECHOS BAR

Ilustración 205 Planta de techos BAR

Área de Spa

Capacidad del Área de Spa 2 personas en servicio de Spa y 2 personas en espera.

Instalaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Un área cerrada donde se brindan las diferentes terapias de relajación corporal (hidroterapia). • Un área abierta para espera. • Un espacio que sirve como des vestideros. • Todas las áreas se encuentran techadas.
Área Total (metros cuadrados)	7.00 x 6.20 = 43.4 metros cuadrados

Tabla 236 Infraestructura Spa

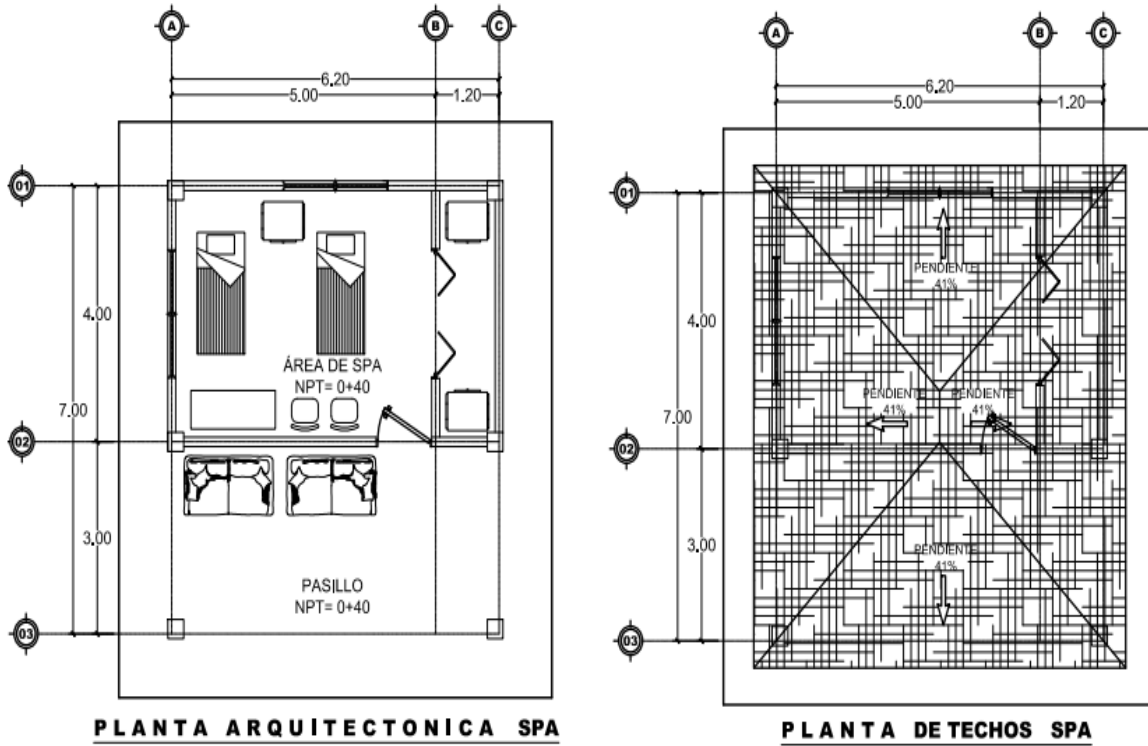


Ilustración 206 Planta arquitectonica y techo SPA



Ilustración 207 Elevacion SPA

Centro de Interpretación Ambiental

Capacidad del Centro de Interpretación Ambiental	del 12 personas (de pie) y 4 sentadas de
Instalaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Un espacio cerrado donde los turistas pueden informarse sobre la flora y fauna de la zona, además de datos e información importante sobre la Bahía de Jiquilisco. • Un espacio para los turistas para descanso, ya que cuenta con 2 sillones para dos personas. • Todos los espacios están techados
Área Total (metros cuadrados)	9.00 x 6.00 = 54.0 metros cuadrados

Tabla 237 Infraestructura Centro de Interpretación Ambiental

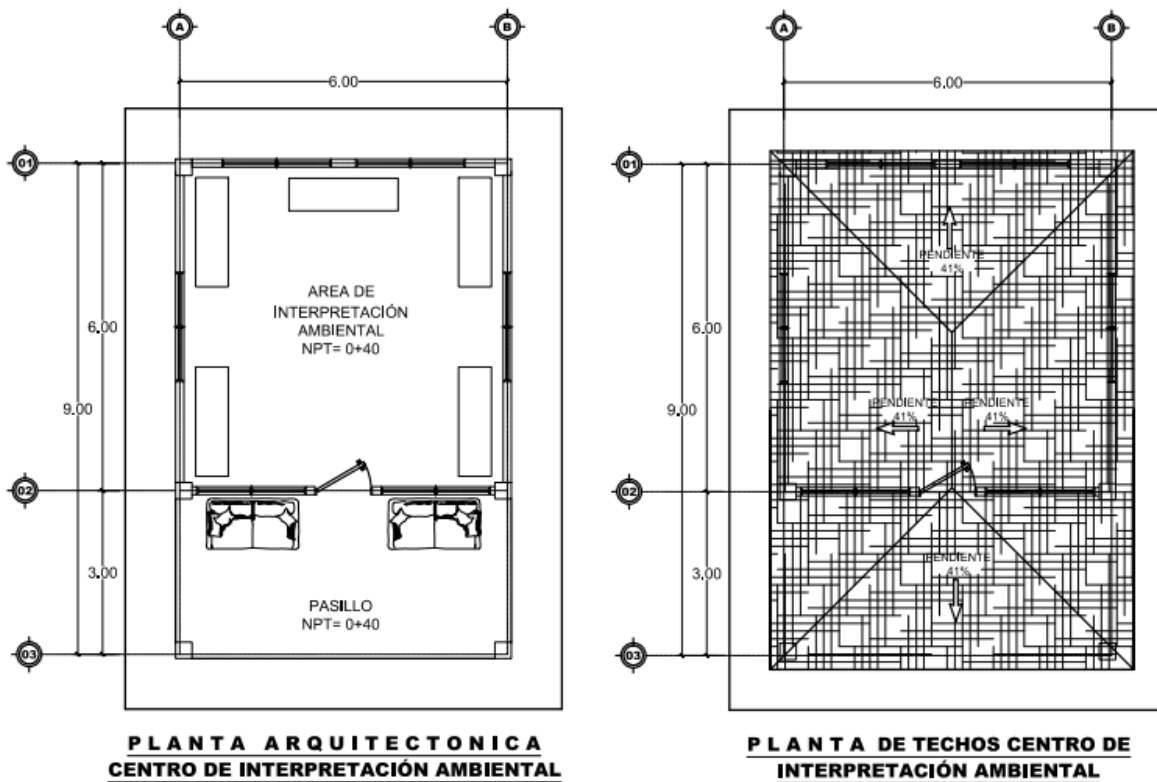
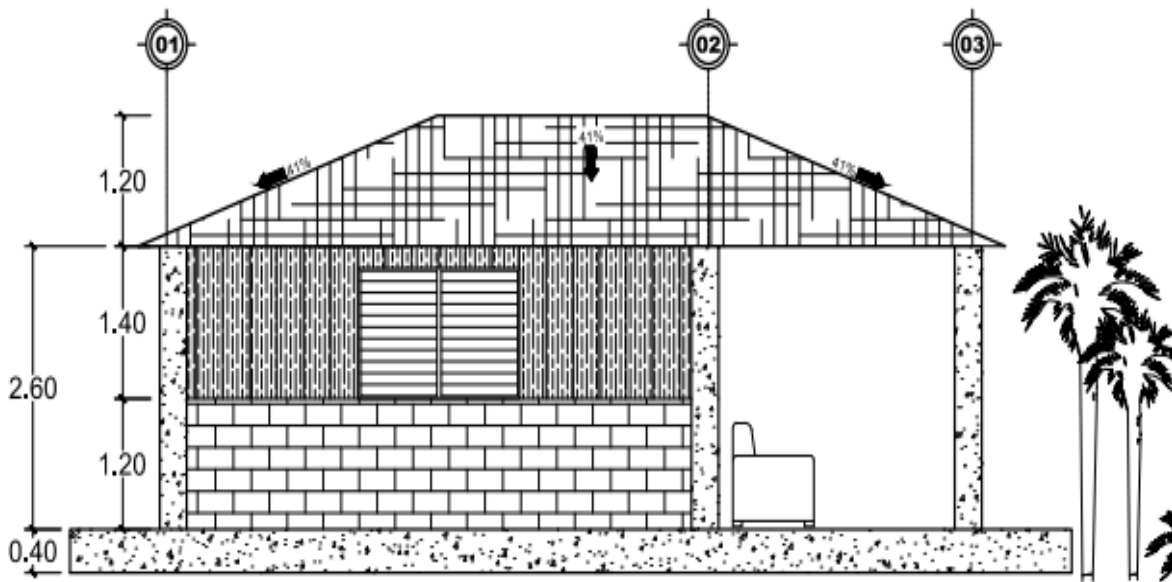


Ilustración 208 Planta arquitectonica y techo de Centro de Interpretacion Ambiental



ELEVACIÓN CENTRO DE INTERPRETACIÓN AMBIENTAL

Ilustración 209 Elevacion Centro de Intepretacion Ambiental

Estación de Bocadillos y Bebidas

Capacidad del 20 personas y Bocadillos y Bebidas	
Instalaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Un espacio cerrado donde se preparan las diferentes boquitas y bebidas. • Un espacio abierto donde los turistas pueden disfrutas de los productos ofrecidos por la estación. • Todos los espacios están techados.
Área Total (metros cuadrados)	7.50 x 12.00 = 90 metros cuadrados

Tabla 238 Infraestructura de Estación de Bocadillos y Bebidas

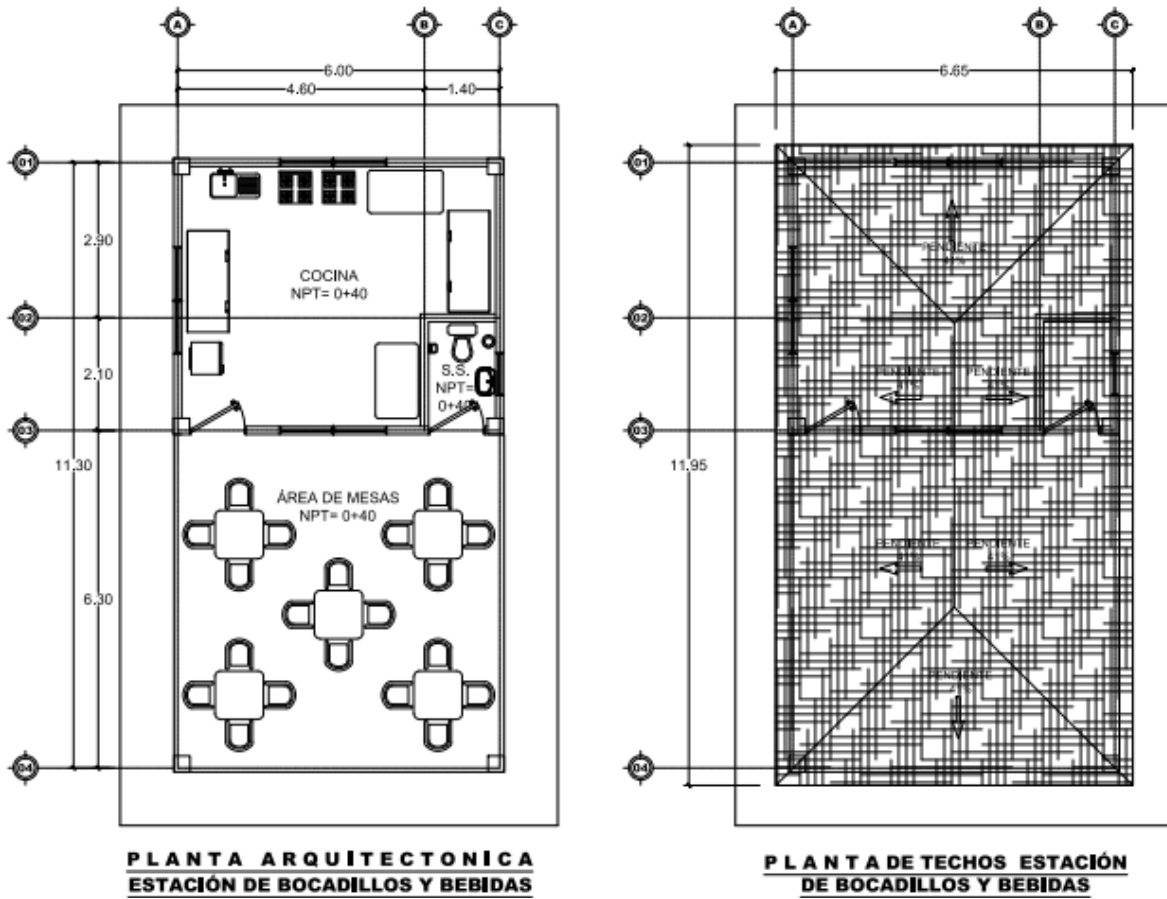


Ilustración 210 Planta Arquitectonica y techo Estacion de bocadillos y bebidas



Ilustración 211 Elevacion Estacion de bocadillos y bebidas

Estación de raspados

Capacidad del 20 personas Estación de Raspados	
Instalaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Un espacio cerrado donde se preparan los diferentes productos. • Un espacio abierto donde los turistas pueden disfrutar de los productos ofrecidos por la Estación de Raspados • Techo tanto para el espacio cerrado y el espacio abierto.
Área Total (metros cuadrados)	9.30 x 6.00 = 55.80 metros cuadrados

Tabla 239 Infraestructura Estación de Raspados

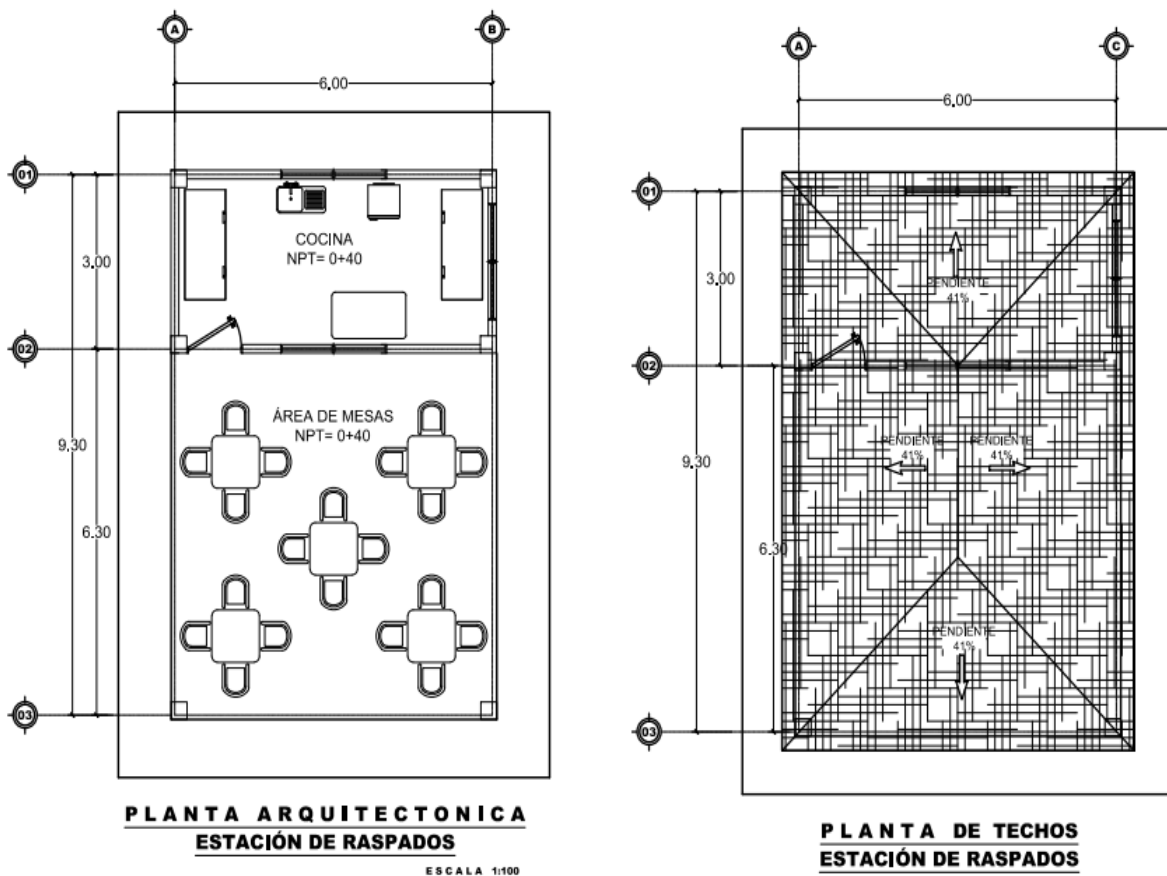


Ilustración 212 Planta arquitectonica y techo Estacion de raspados



Ilustración 213 Elevacion Estacion de raspados

Área de Descanso

Capacidad del Área 20 personas de Descanso

Instalaciones	<ul style="list-style-type: none"> Un área abierta donde los turistas pueden descansar, se encuentra techado.
Área Total (metros cuadrados)	7.00 x 7.00 = 49.00 metros cuadrados

Tabla 240 Infraestructura Área de Descanso

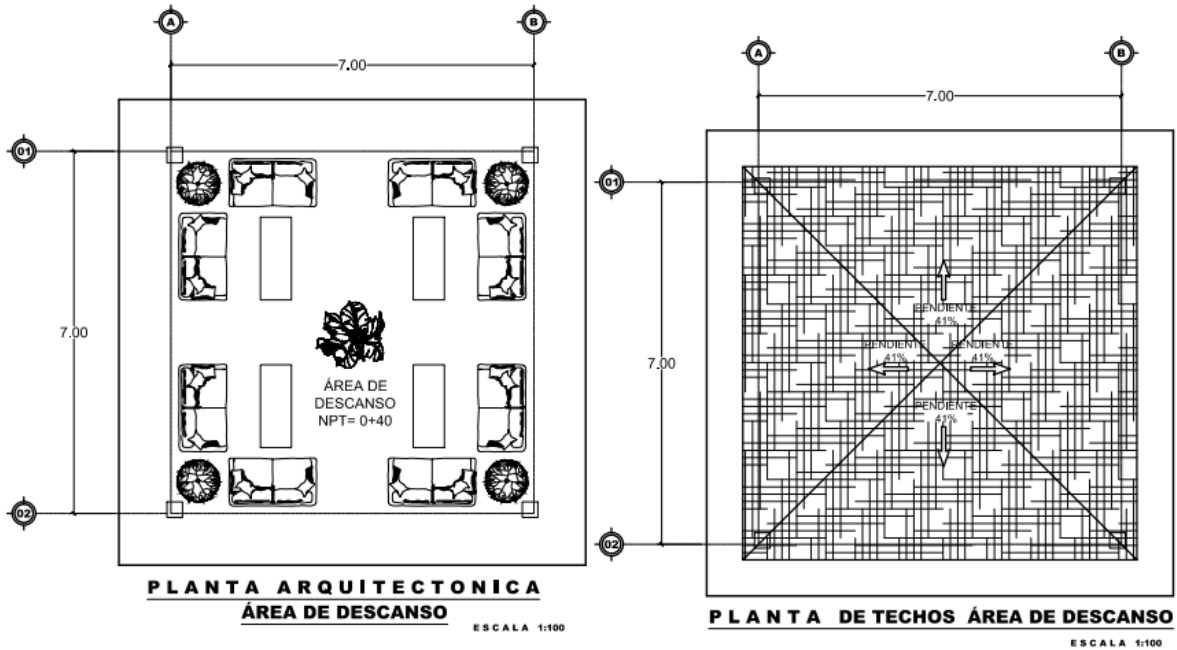
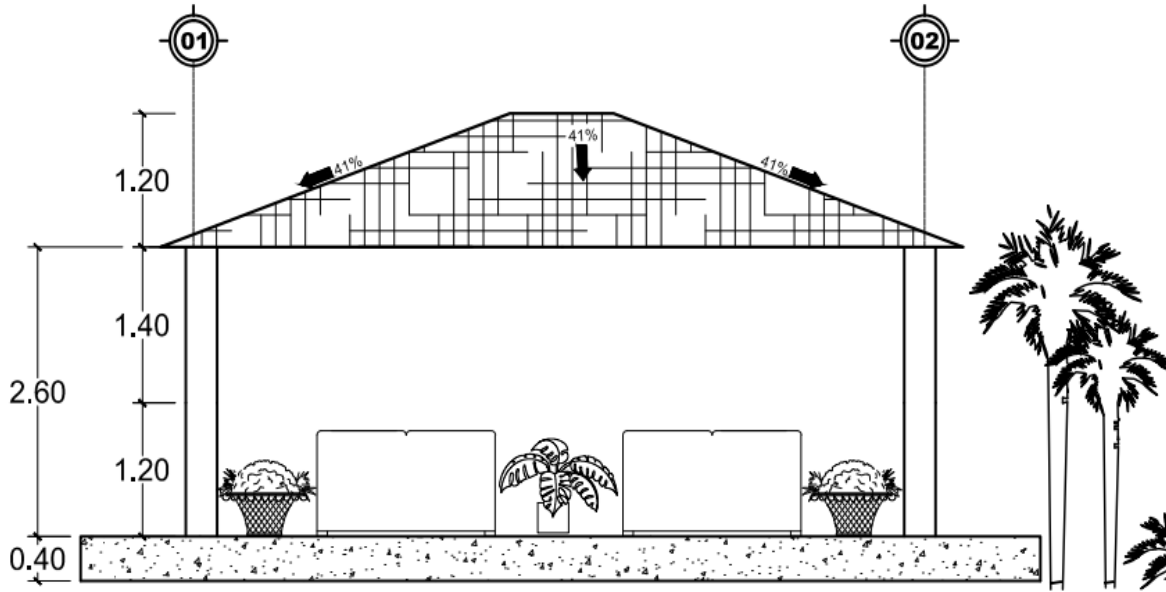


Ilustración 214 Planta arquitectonica y techo Area de descanso



ELEVACIÓN ÁREA DE DESCANSO

Ilustración 215 Elevacion Area de descanso

Sendero

Capacidad del Sendero del 20 personas	
Instalaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Un área abierta donde los turistas pueden caminar ya que es un camino.
Área Total (metros)	1.20 de metros de ancho 2.5 km de largo

Tabla 241 Infraestructura de Sendero



Ilustración 216 Playa Punta Real para realizar Senderismo

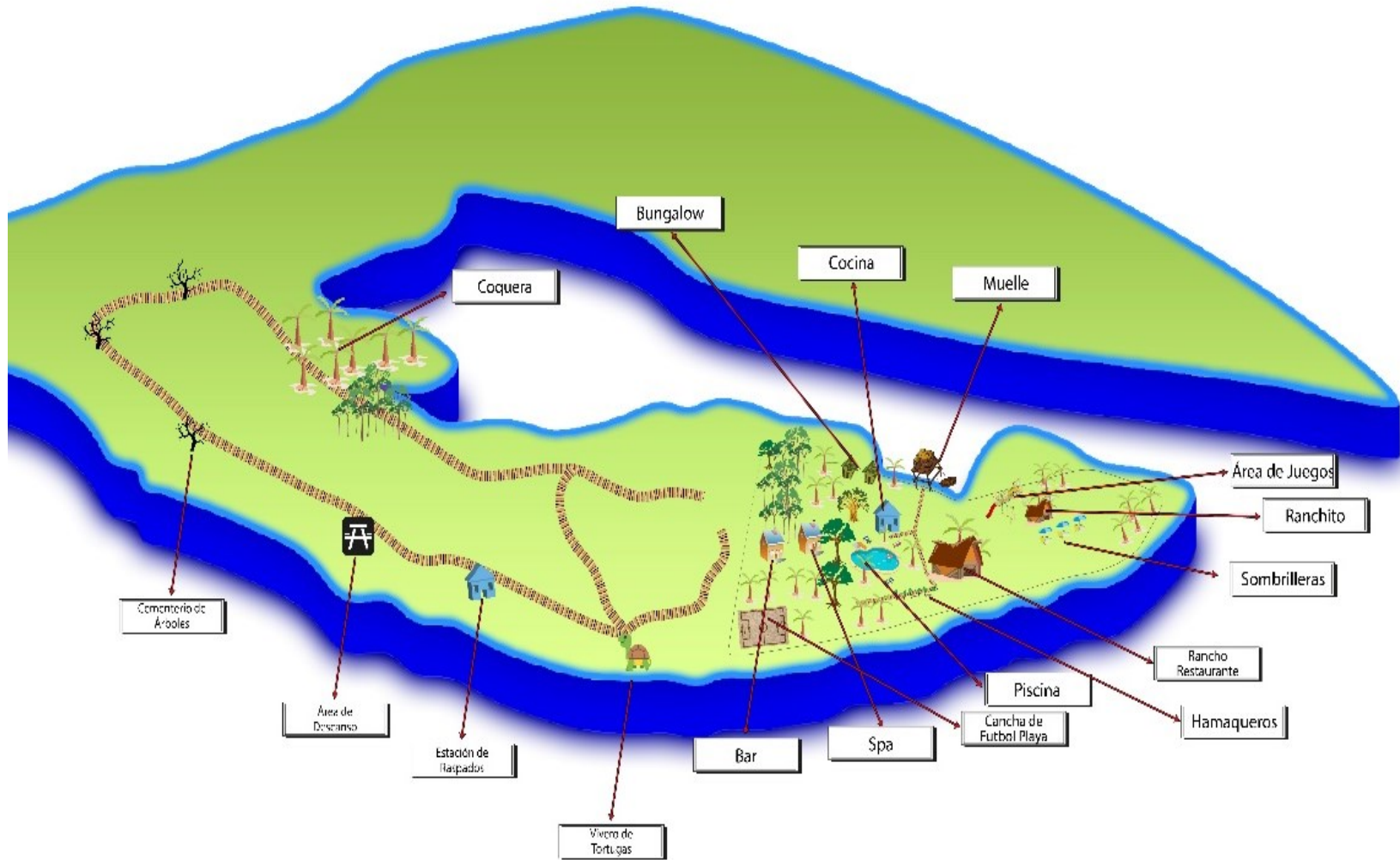


Ilustración 217 Mapa de sendero

Para la ubicación de las áreas en el sendero se realiza por medio de la matriz de Holmes conocida como matriz de Priorización la cual se muestra a continuación:

- **Tramos del sendero**

Para poder determinar la ubicación de cada uno de los espacios físicos dentro del sendero, se divide el sendero en tramos los cuales se presentan a continuación:



Ilustración 218 Senderos Vista de Planta

Tramo	Simbología	Distancia (Km)	Descripción
A		0.35 Km	Tramo entre el Centro Ecoturístico Punta Real y la plantación de cocos
B		1.06 Km	Tramo entre la plantación de cocos y el cementerio de árboles.
C		0.49 Km	Tramo entre el cementerio de árboles y el vivero de tortugas.
D		0.40 Km	Tramo entre el Centro Ecoturístico Punta Real y el vivero de tortugas
E		0.20 Km	Tramo que conecta los senderos entre la plantación de cocos y el vivero de tortugas

Ilustración 219 Tramos a considerar del Sendero

El sendero consta de dos partes: el sendero corto y el sendero largo. El sendero largo mide una distancia de 2.30 Km y el sendero corto mide una distancia de 0.70 Km.

• **Ubicación de los espacios dentro del sendero**

Dentro del sendero se pretende que se encuentren el Centro de Interpretación Ambiental, Estación de Boquitas y bebidas, Estación de raspados y Área de Descanso.

Para seleccionar la ubicación de cada una de los espacios antes mencionados, se hará uso de la Matriz de Holmes, en la cual para determinar la mejor alternativa de ubicación de cada uno de los espacios en el sendero, se consideraran los siguientes criterios:

- La distancia donde se ubicara cada espacio físico con respecto al Centro Ecoturístico Punta Real.
- El atractivo natural que le rodea, en las cuales se tiene el vivero de tortugas, la bocana, el cementerio de árboles, la playa y la belleza paisajística de la zona.

A continuación se realizara la priorización para cada uno de los espacios que estarán en el sendero ya que la ubicación de los mismos deben obedecer a un análisis de priorización como se muestra:

Centro de Interpretación Ambiental

PROBLEMÁTICA:
 En cual tramo del sendero en la mejor ubicación para el Centro de Interpretación Ambiental de Punta Real.

LISTADO DE ASUNTOS A PRIORIZAR	
Alternativas	Descripción
A	Tramo entre el Centro Ecoturístico Punta Real y la plantación de cocos
B	Tramo entre la plantación de cocos y el cementerio de árboles.
C	Tramo entre el cementerio de árboles y el vivero de tortugas.
D	Tramo entre el Centro Ecoturístico Punta Real y el vivero de tortugas

A	B	C	D		
	B3	B2	1	1	1
B		1	B2	3	6
	C		C2	2	3
		D		1	1

VALORES	
1	Casi igual de importante
2	Mas importante
3	Mucho más importante

Estación de Boquitas y Bebidas

PROBLEMÁTICA:
En cual tramo del sendero en la mejor ubicación para el Boquitas y bebidas.

LISTADO DE ASUNTOS A PRIORIZAR	
Alternativas	Descripción
A	Tramo entre el Centro Ecoturístico Punta Real y la plantación de cocos
B	Tramo entre la plantación de cocos y el cementerio de árboles.
C	Tramo entre el cementerio de árboles y el vivero de tortugas.
D	Tramo entre el Centro Ecoturístico Punta Real y el vivero de tortugas

A	B	C	D		
	B3	C2	1	1	1
B		1	B2	3	6
	C		C2	3	5
		D		1	1

VALORES	
1	Casi igual de importante
2	Mas importante
3	Mucho más importante

Estación de Raspados

PROBLEMÁTICA:
En cual tramo del sendero en la mejor ubicación para la Estación de Raspados.

LISTADO DE ASUNTOS A PRIORIZAR	
Alternativas	Descripción
A	Tramo entre el Centro Ecoturístico Punta Real y la plantación de cocos
B	Tramo entre la plantación de cocos y el cementerio de árboles.
C	Tramo entre el cementerio de árboles y el vivero de tortugas.
D	Tramo entre el Centro Ecoturístico Punta Real y el vivero de tortugas

A	B	C	D		
	B2	C3	1	1	1
B		C3	1	2	3
	C		C2	3	8
		D		2	2

VALORES	
1	Casi igual de importante
2	Mas importante
3	Mucho más importante

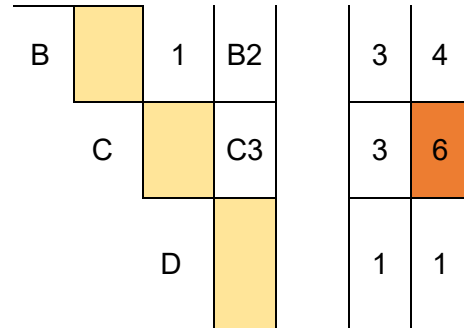
Área de Descanso

PROBLEMÁTICA:
En cual tramo del sendero en la mejor ubicación para el Área de descanso.

LISTADO DE ASUNTOS A PRIORIZAR	
Alternativas	Descripción
A	Tramo entre el Centro Ecoturístico Punta Real y la plantación de cocos

A	B	C	D		
	1	C2	1	2	2

B	Tramo entre la plantación de cocos y el cementerio de árboles.
C	Tramo entre el cementerio de árboles y el vivero de tortugas.
D	Tramo entre el Centro Ecoturístico Punta Real y el vivero de tortugas



VALORES	
1	Casi igual de importante
2	Mas importante
3	Mucho más importante

Centro de interpretación ambiental	Tramo B
Estación de boquitas y bebidas	Tramo B
Estación de raspados	Tramo C
Área de descanso	Tramo C

Tabla 242 Tramos a considerar en Sendero

A continuación se presenta la propuesta de cada uno de los espacios que se encontraran en el sendero, los cuales son centro de interpretación ambiental, estación de boquitas y bebidas, estación de raspados y área de descanso.



Ilustración 220 Area que conformaria parte de Sendero



Ilustración 221 Sendero con todas sus Áreas

Para la ubicación de los espacios correspondientes al Centro Ecoturístico Punta Real se hará uso de los conocimientos de Distribución en Planta donde se comienza con un Diagrama de Relación de Actividades.

N°	Espacio físico	Cantidad
1	Restaurante (Rancho)	1
2	Bungalows	3
3	Hamaqueros	4
4	Sombrilleros	3
5	Muelle	1
6	Cocina	1
7	Ranchito	1
8	Piscina	1

9	Estación de Bar	1
10	Área de Spa	1
11	Área de compostaje	1
12	Sanitarios	1
13	Área de juego para niños	1
14	Área huerto casero	1

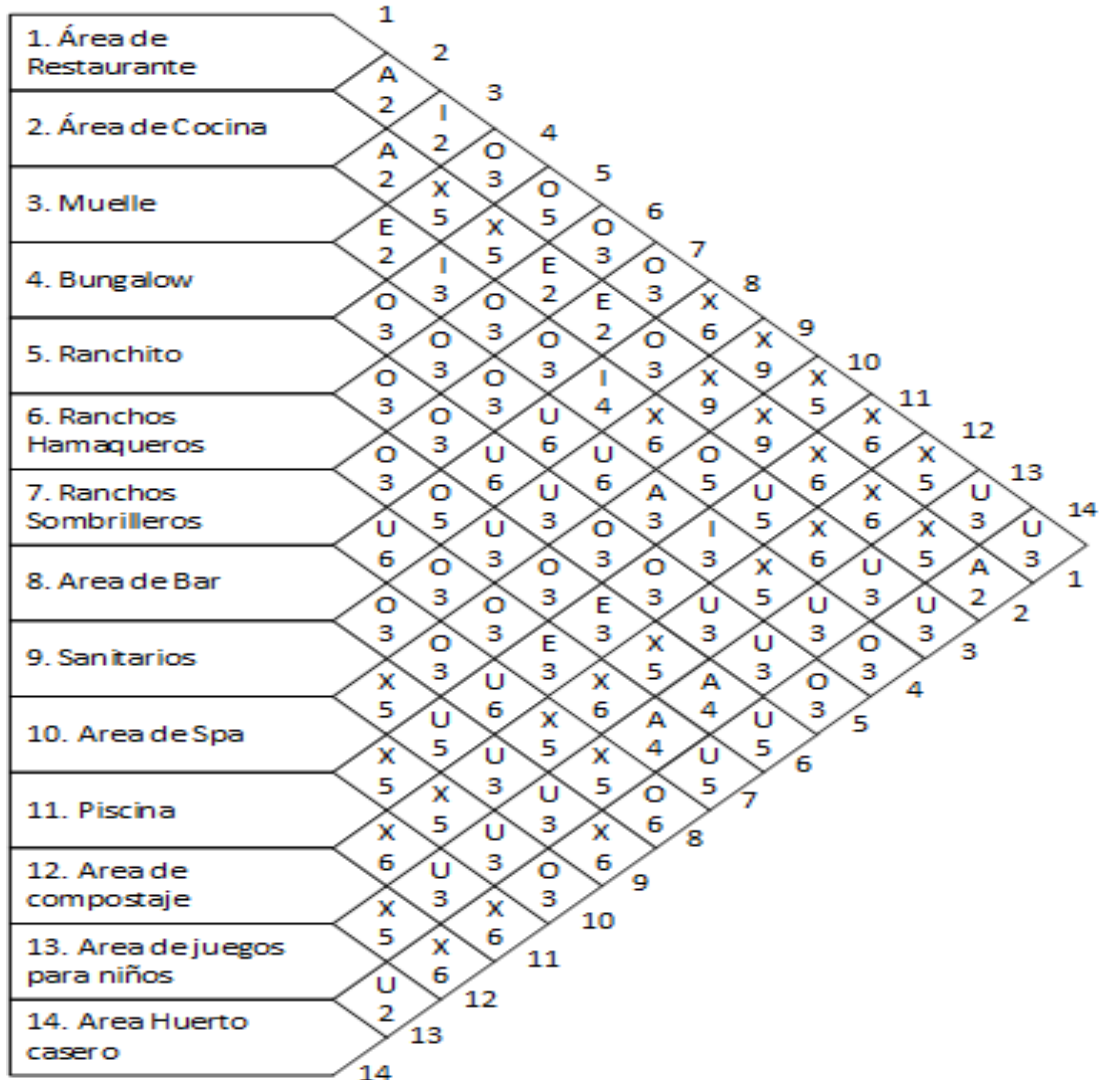
Tabla 243 Areas que conforman el sendero



Ilustración 222 Bungalow



Ilustración 223 Rancho hamaquero



Código	Definición
A	Absolutamente necesario que estos dos departamentos estén uno junto al otro.
E	Especialmente importante
I	Importante
O	Ordinariamente importante
U	Sin importancia
X	No deseable

CUADRO DE MOTIVOS DE RELACIÓN DE ÁREAS	
1	Por conveniencia
2	Necesario para el flujo de trabajo y/o materiales
3	Contribuyen al orden y buena imagen en la empresa
4	Secuencia del flujo de trabajo
5	Puede perjudicar el desempeño normal de las labores
6	No conviene
7	Necesidad de comunicación personal
8	Mismo tipo de operación
9	Pone en riesgo la higiene y calidad de los productos (ruido, humos, polvos, gases)

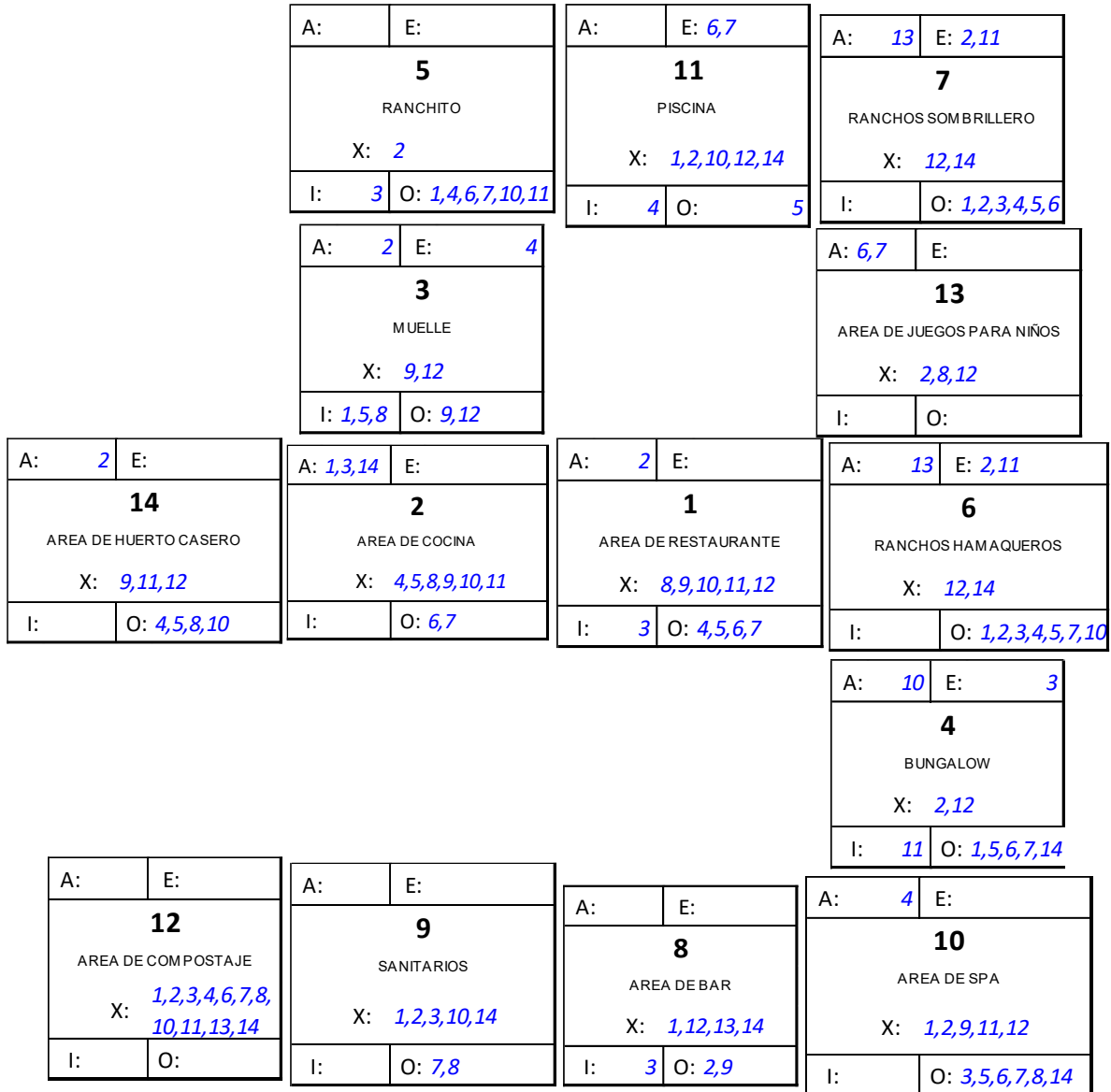
Diagrama 29 Diagrama de Relaciones

N°	Área	Grado de relación					
		A	E	I	O	U	X
1	Área de Restaurante	2		3	4,5,6,7	13,14	8,9,10,11, 12
2	Área de cocina	1,3,14			6,7		4,5,8,9, 10,11
3	Muelle	2	4	1,5,8	6,7,10	11,13	9,12
4	Bungalow	10	3	11	1,5,6,7,14	8,9,13	2,12
5	Ranchito			3	1,4,6,7,10, 11	8,9,12,13,14	2
6	Ranchos Hamaquero	13	2,11		1,2,3,4,5,7, 10	8,9,	12,14
7	Ranchos Sombrilleros	13	2,11		1,2,3,4,5,6	8	12,14
8	Área de Bar			3	2,9	4,5,6,7,10 11	1,12,13,14
9	Sanitarios				7,8	4,5,6,11,12 ,13	1,2,3,10,14
10	Área de Spa	4			3,5,6,7,8,14	8,13	1,2,9,11,12
11	Piscina		6,7	4	5	3,8,9,13	1,2,10,12,14
12	Área de compostaje					5,9	1,2,3,4,6,7 ,8,10,11,13,14
13	Área de juegos para niños	6,7				1,3,4,5,9,14 10,11	2,8,12
14	Área de huerto casero	2			4,5,8,10	1,3,6,7,13	9,11,12

Tabla 244 Hoja de trabajo de relación de actividades

PRIMERA APROXIMACIÓN (LAYOUT)

Iteración 1



Iteración 2

A:	E:
5 RANCHITO X: 2	
I: 3	O: 1,4,6,7,10,11

A: 2	E:
14 AREA DE HUERTO CASERO X: 9,11,12	
I:	O: 4,5,8,10

A: 2	E: 4
3 MUELLE X: 9,12	
I: 1,5,8	O: 9,12

A: 1,3,14	E:
2 AREA DE COCINA X: 4,5,8,9,10,11	
I:	O: 6,7

A: 6,7	E:
13 AREA DE JUEGOS PARA NIÑOS X: 2,8,12	
I:	O:

A: 2	E:
1 AREA DE RESTAURANTE X: 8,9,10,11,12	
I: 3	O: 4,5,6,7

A: 13	E: 2,11
7 RANCHOS SOMBRILLERO X: 12,14	
I:	O: 1,2,3,4,5,6

A:	E: 6,7
11 PISCINA X: 1,2,10,12,14	
I: 4	O: 5

A: 13	E: 2,11
6 RANCHOS HAMAQUEROS X: 12,14	
I:	O: 1,2,3,4,5,7,10

A:	E:
12 AREA DE COMPOSTAJE X: 1,2,3,4,6,7,8,10,11,13,14	
I:	O:

A:	E:
9 SANITARIOS X: 1,2,3,10,14	
I:	O: 7,8

A: 10	E: 3
4 BUNGALOW X: 2,12	
I: 11	O: 1,5,6,7,14

A:	E:
8 AREA DE BAR X: 1,12,13,14	
I: 3	O: 2,9

A: 4	E:
10 AREA DE SPA X: 1,2,9,11,12	
I:	O: 3,5,6,7,8,14

DISTRIBUCIÓN EN PLANTA FINAL

En base a la última aproximación, y tomando en cuenta que ya existe una distribución en planta en el Centro Ecoturístico Punta Real, la nueva distribución comprende las siguientes áreas:

N°	Espacio físico
1	Restaurante (Rancho)
2	Bungalows
3	Hamaqueros
4	Sombrilleros
5	Muelle
6	Cocina
7	Ranchito
8	Piscina
9	Estación de Bar
10	Área de Spa
11	Área de compostaje
12	Sanitarios
13	Área de juego para niños
14	Área huerto casero

Tabla 245 Espacios Físicos Finales



Ilustración 224 Muelle de Punta Real

A continuación se presenta la nueva distribución en planta para el Centro Ecoturístico Punta Real:



Ilustración 225 Nueva Distribución en Planta

4. DIAGRAMA DE FLUJO PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS CON PAQUETE

Flujo para la reservación de cualquier paquete que se solicite

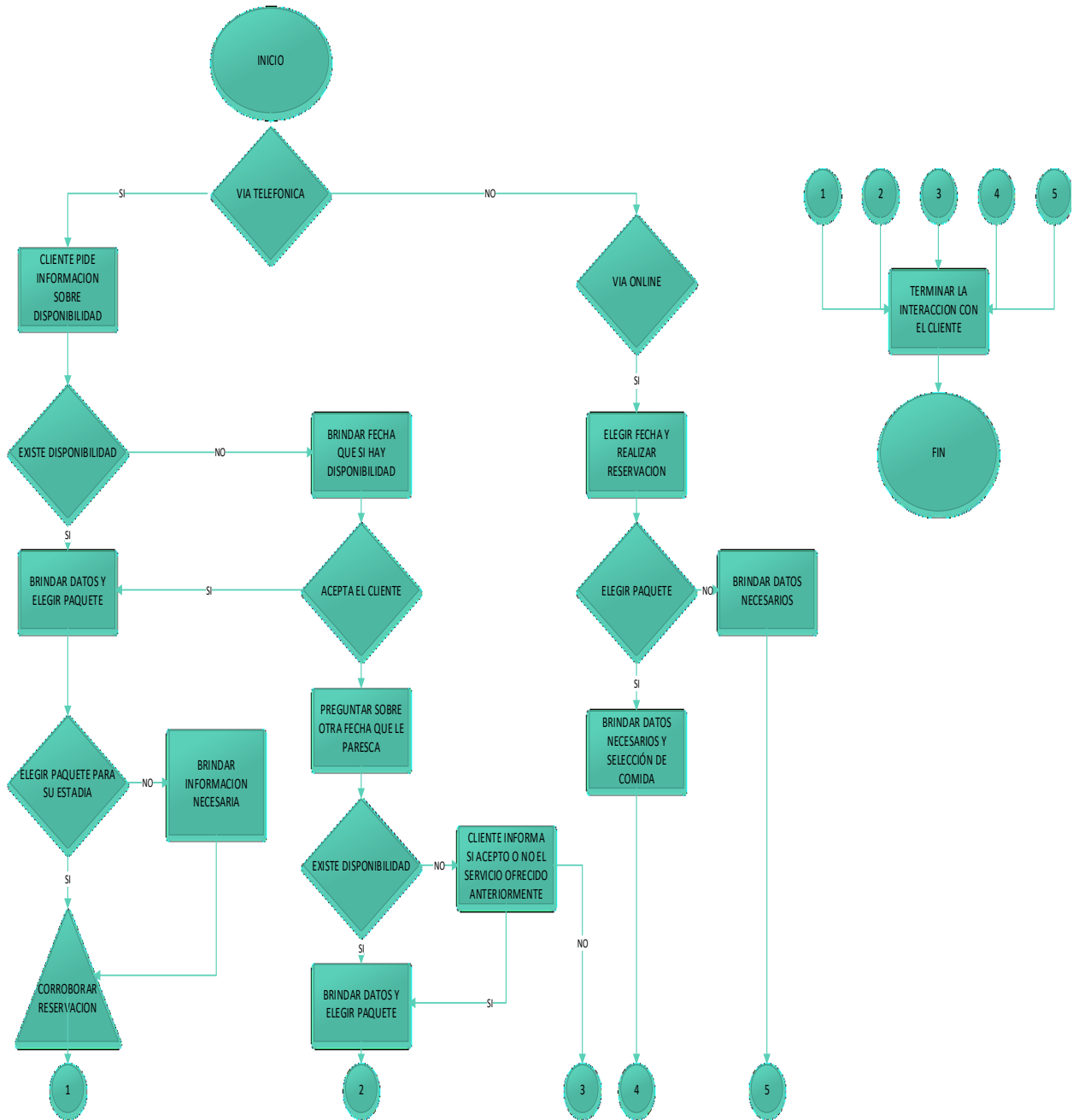


Diagrama 30 Diagrama de Flujo para reservación de paquetes

Los clientes también pueden llegar sin paquete y hacer uso de los servicios ofertados de forma individual como se presenta a continuación en cada flujo:

Flujo para Restaurante

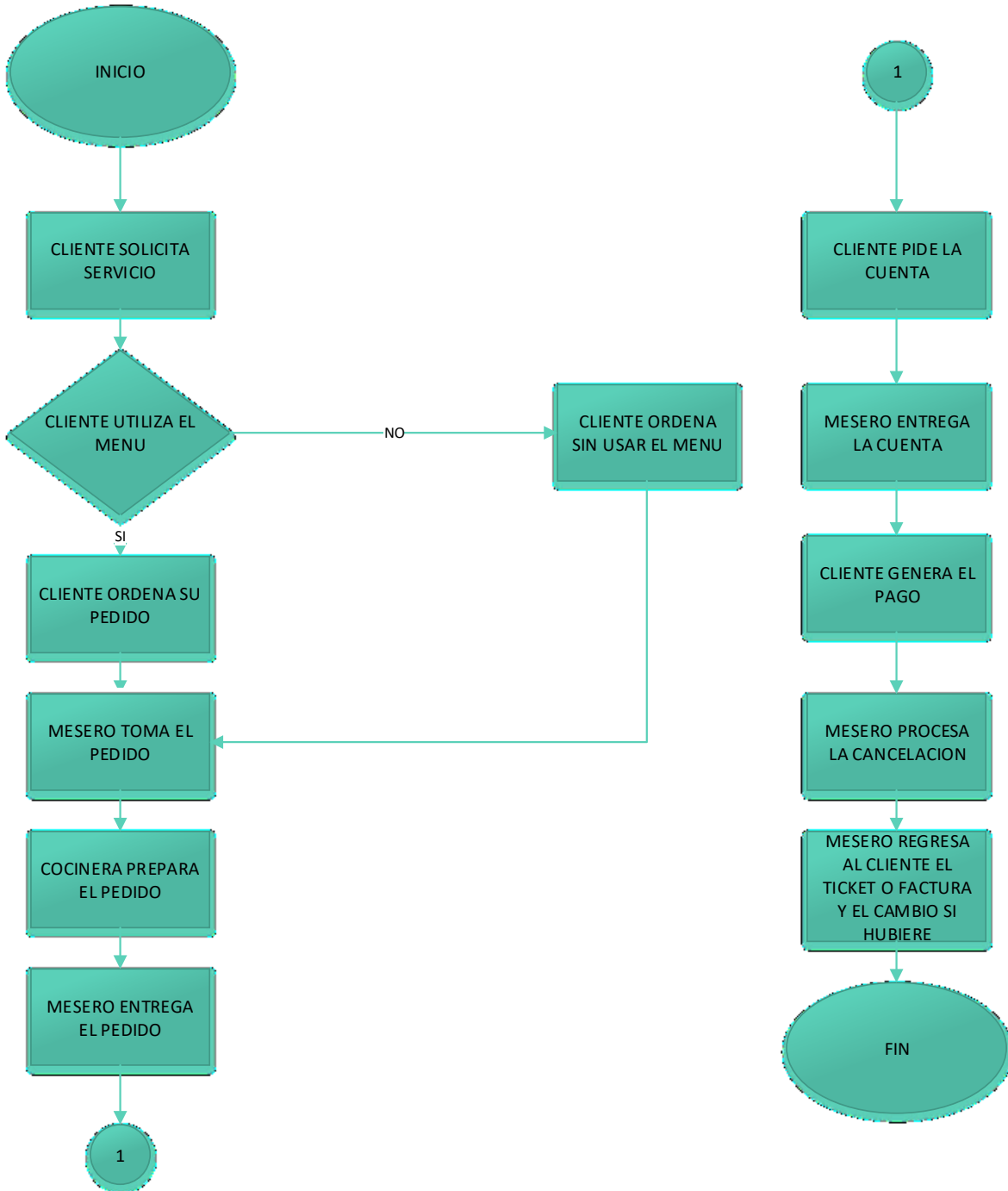


Diagrama 31 Flujo de Restaurante

Flujo para ordenar servicio de paseo en lancha

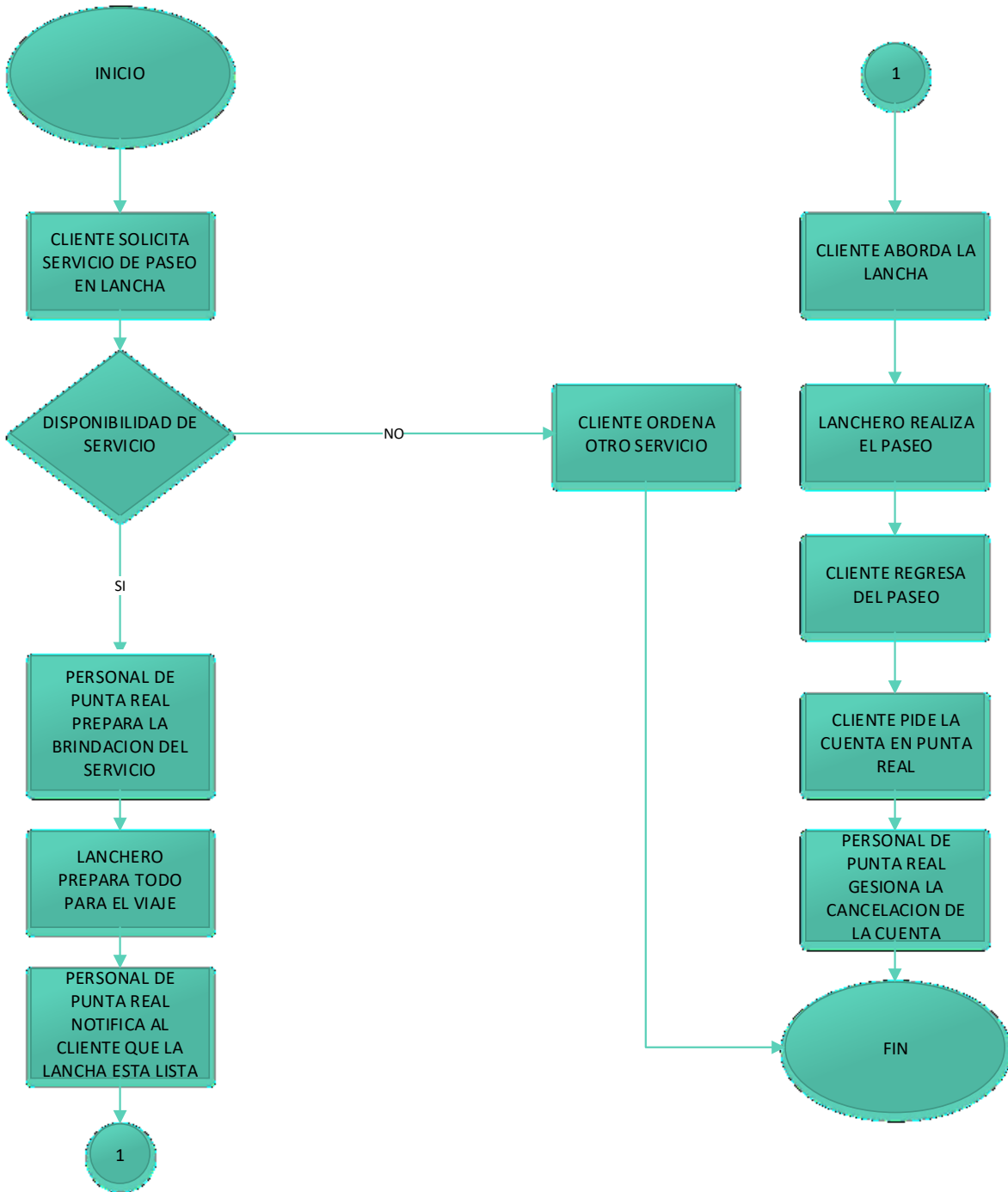


Diagrama 32 Flujo de Paseo en Lancha

Flujo para ordenar servicio de Rancho Hamaquero

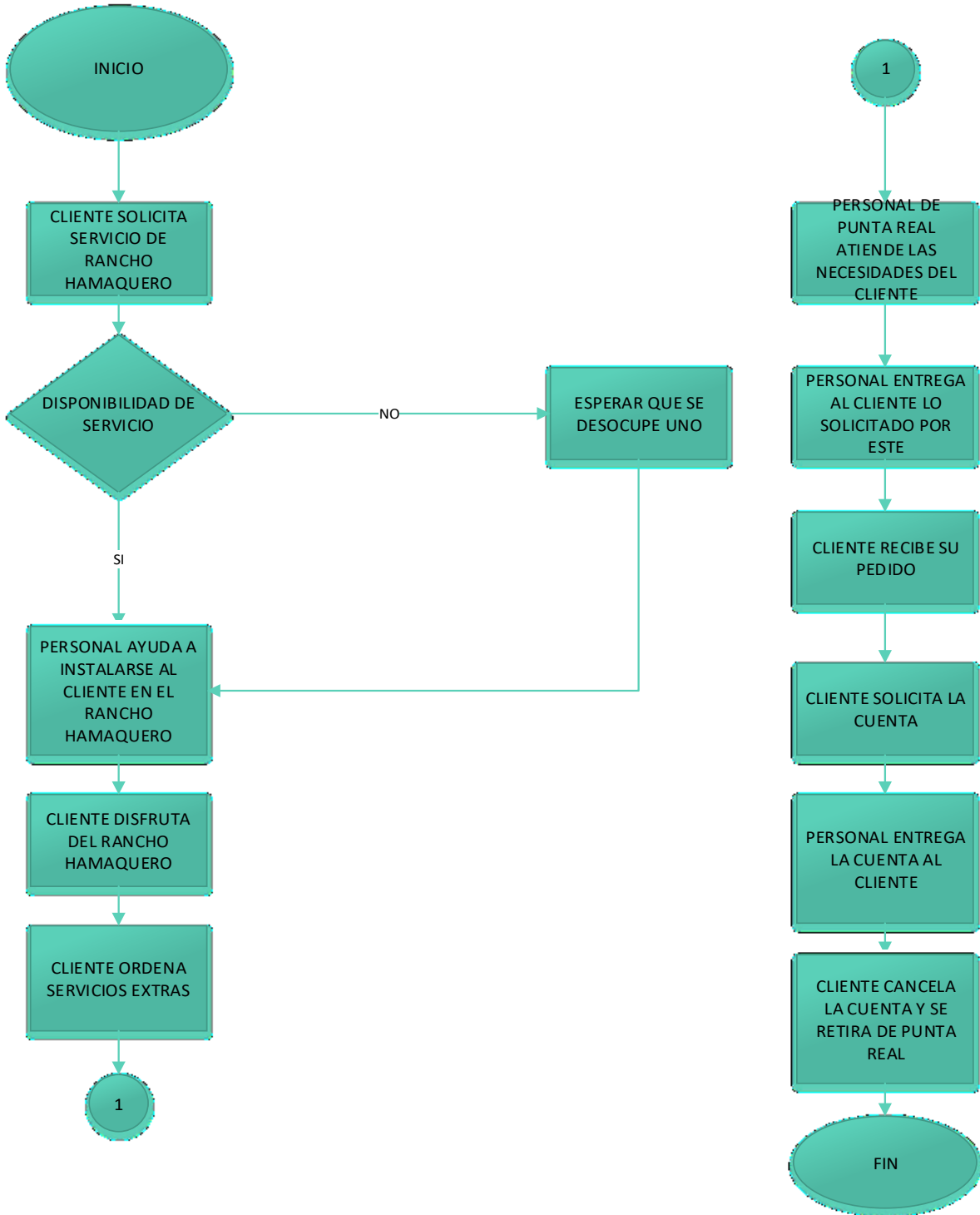


Diagrama 33 Flujo Ranchos Hamaquero

Flujo para solicitar Ranchos Sombrilleros

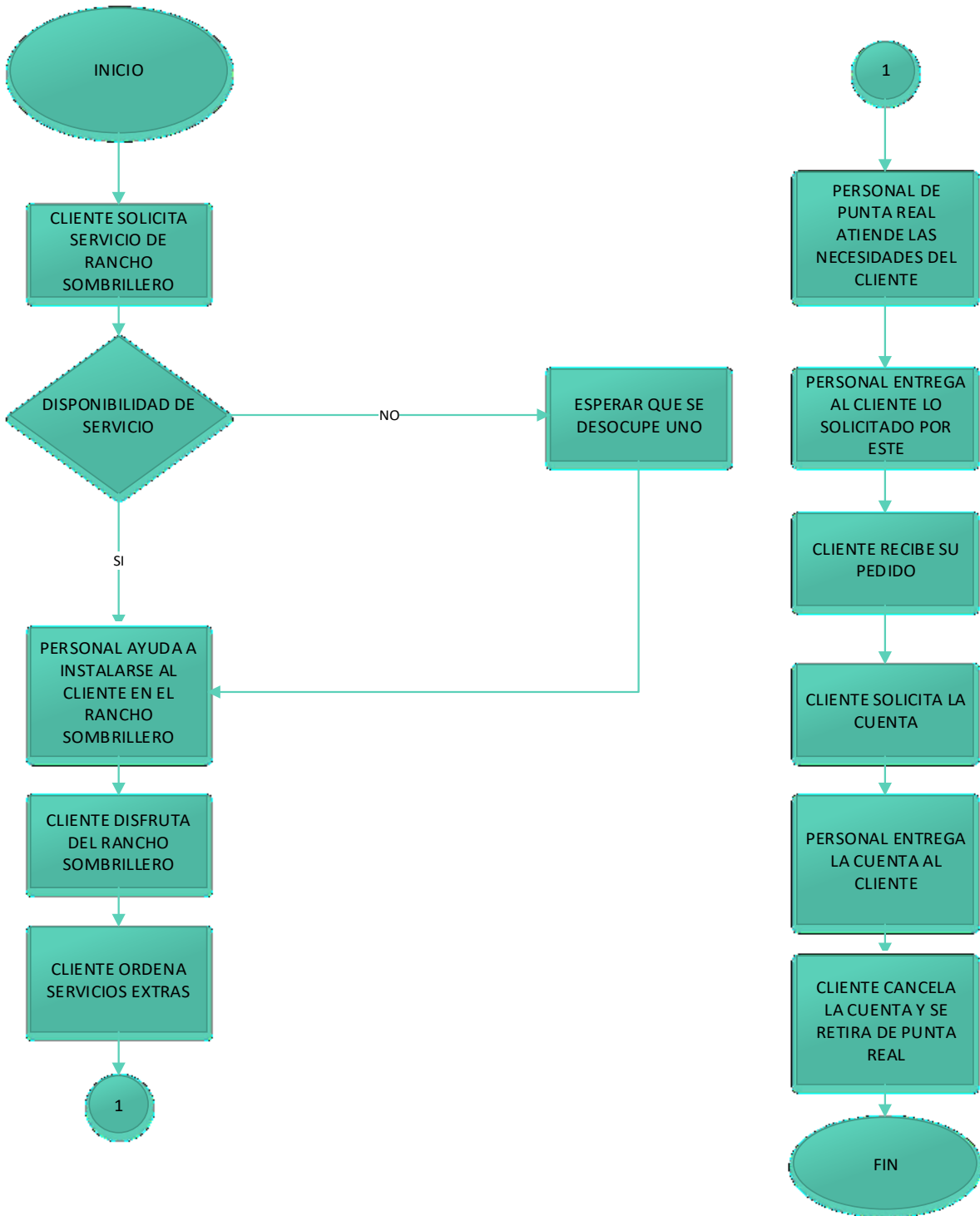


Diagrama 34 Flujos Ranchos Sombrilleros

Flujo para Solicitar el Uso de Piscina

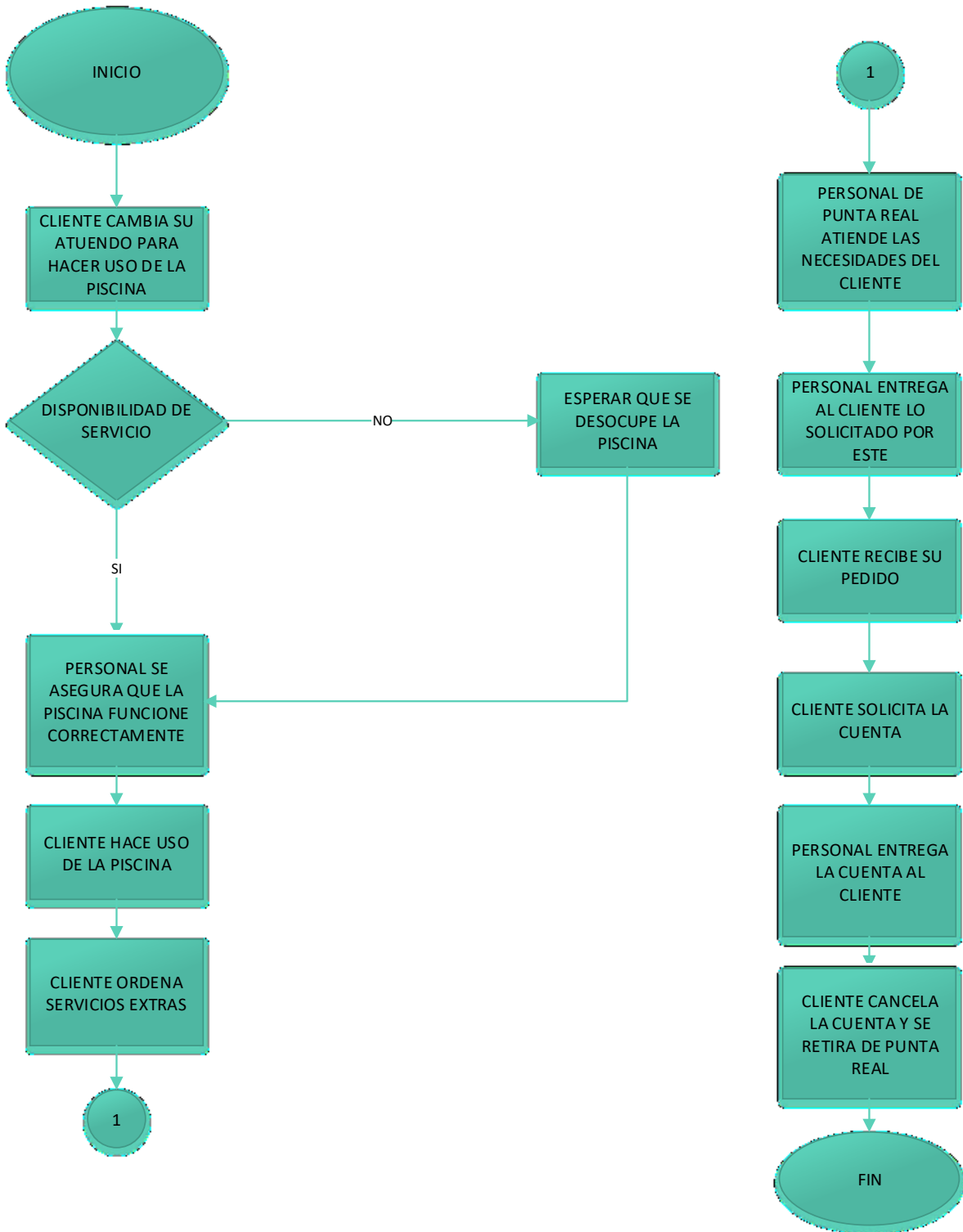


Diagrama 35 Flujo Uso de Piscina

Flujo para solicitar el Servicio de Senderismo

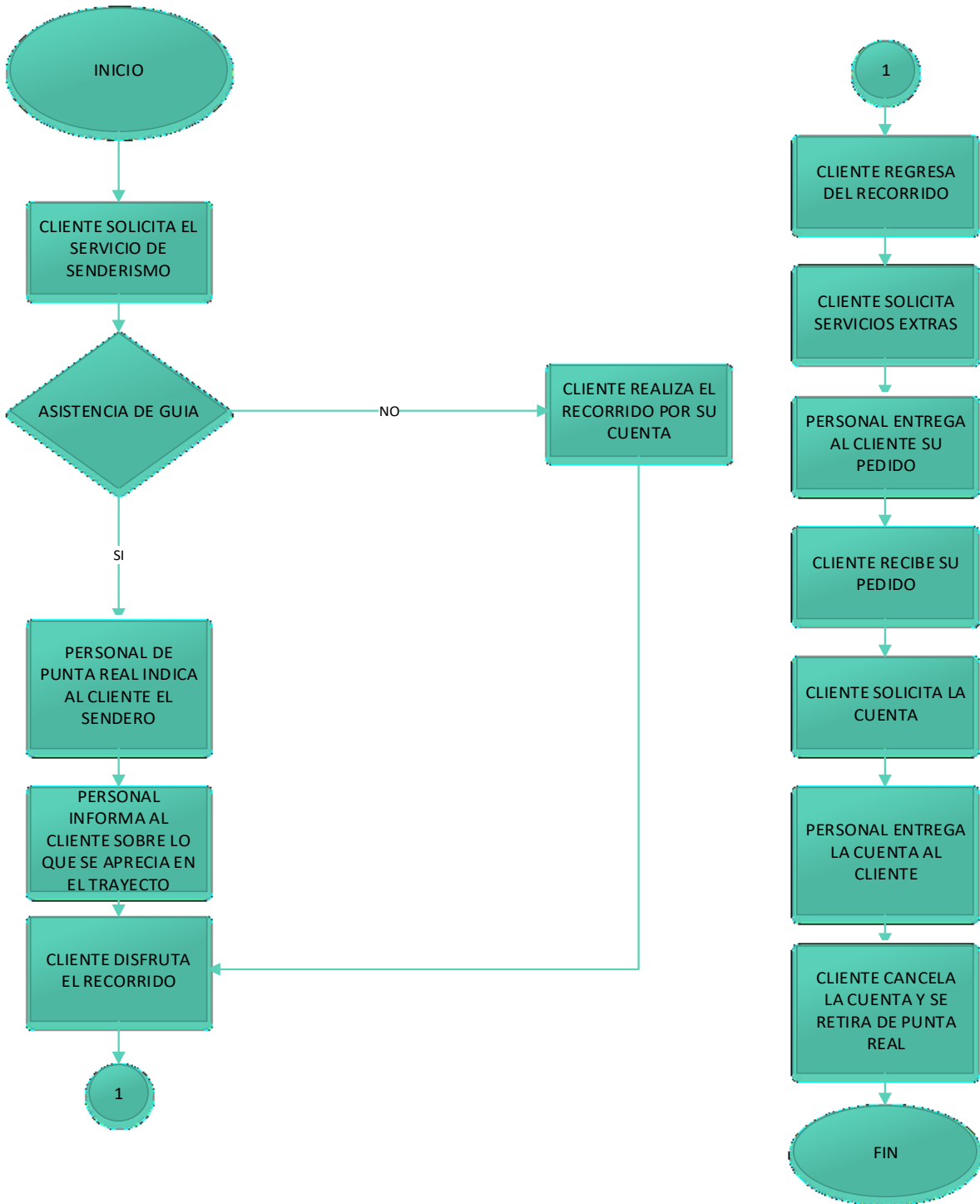


Diagrama 36 Flujo Servicio de Senderismo

Flujo para la Cancha de Futbol

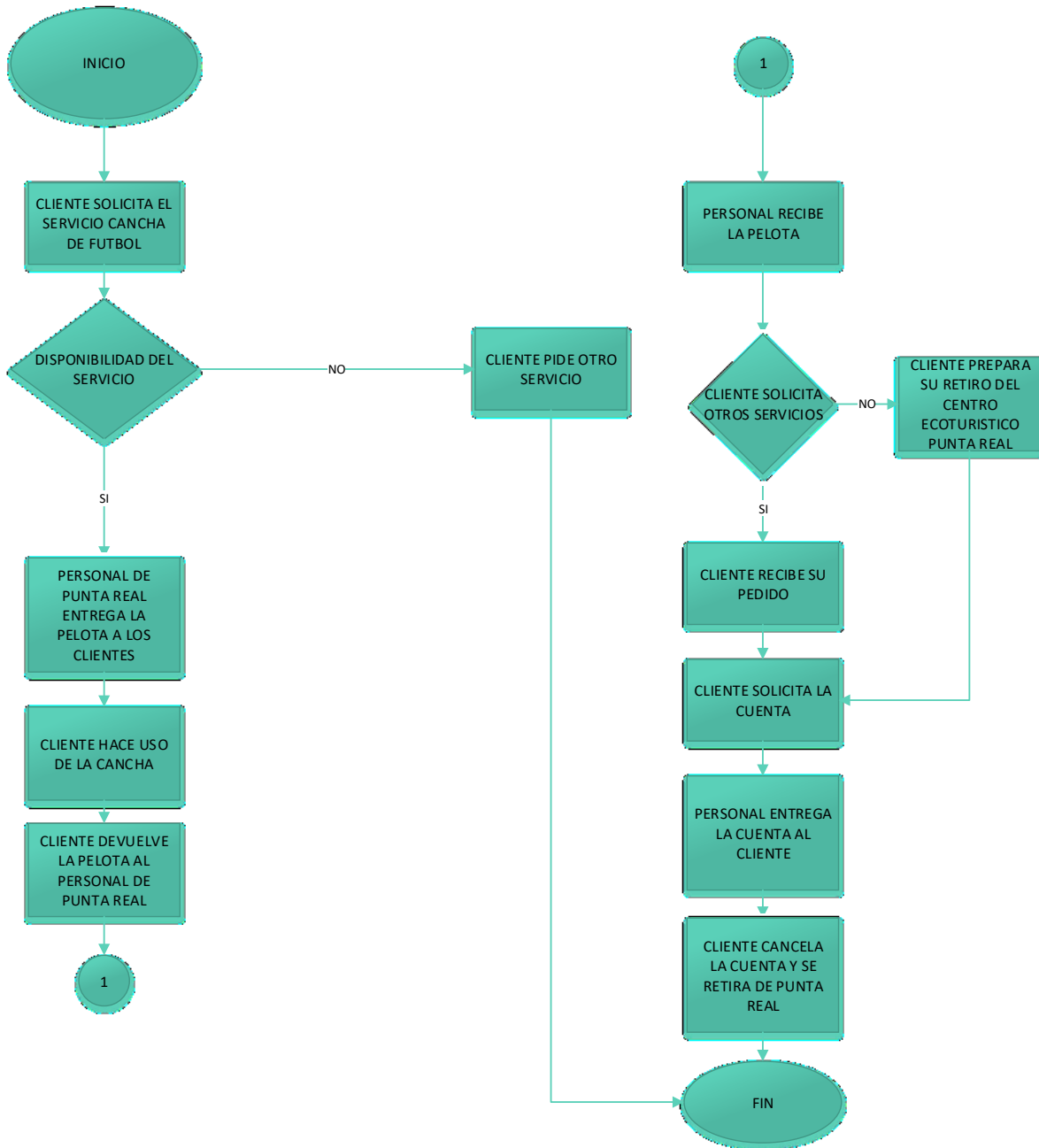


Diagrama 37 Flujo para Uso de Cancha de Futbol

Flujo para los Deportes o Actividades Acuáticas

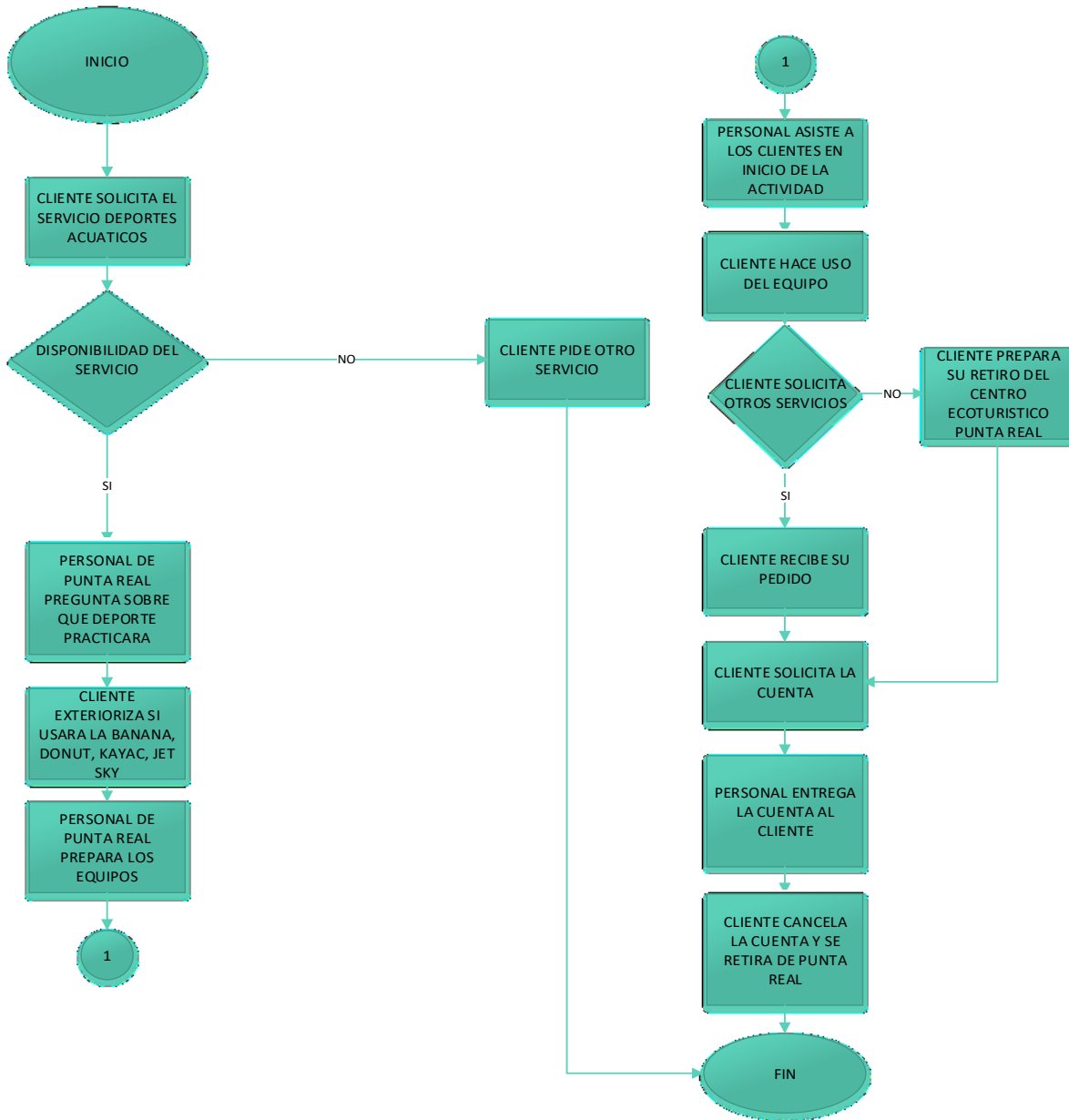


Diagrama 38 Flujo para deportes acuaticos

5. PLANO DEL SERVICIO O BLUEPRINT PARA LOS SERVICIOS EN GENERAL Y PARA ALOJAMIENTO

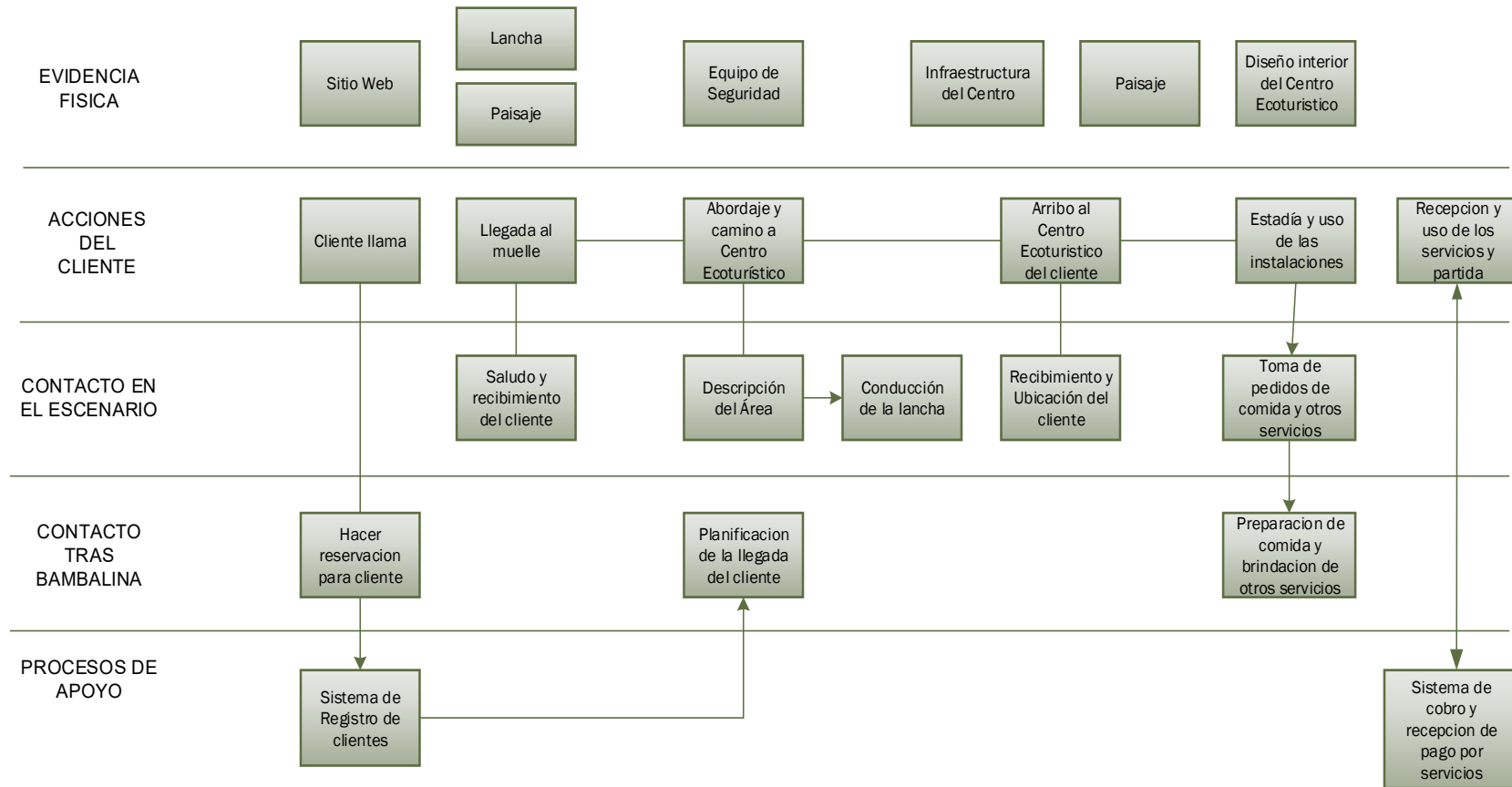


Diagrama 39 Plano de Servicio para la Prestación de Servicios en General

Plano de servicio para Alojamiento

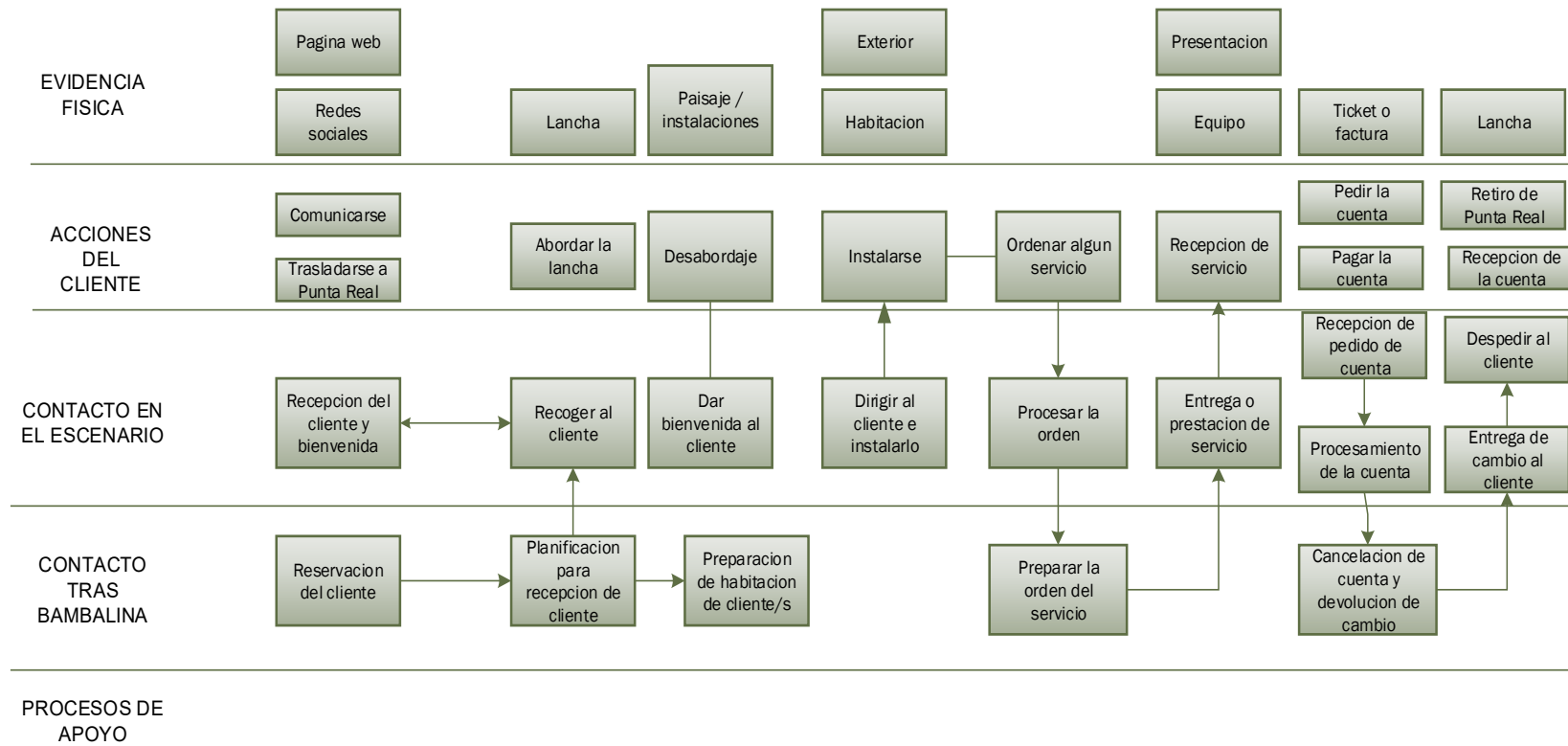


Diagrama 40 Plano de Servicio para Alojamiento

6. SISTEMAS ADMINISTRATIVOS BASICOS

El área de contabilidad del Centro Ecoturístico es donde se clasifican, se registran e interpreta toda la información financiera, para la toma de decisiones. Es importante porque muestra la realidad económica de la cooperativa, es por ello que su correcta implementación es de vital importancia para la toma de decisiones en todo lo referente a la actividad realizada en la prestación del servicio turístico. En este contexto la creación de un buen sistema contable surge de la necesidad de información por parte de todos los actores que componen el Centro eco turístico, ya que este sistema debe estar estructurado y hecho para clasificar todos los hechos económicos que ocurren en el negocio.

a. PROCEDIMIENTOS PARA EL DESARROLLO DE UN SISTEMA DE CONTABILIDAD

- Preparar una lista de chequeo.
- Preparar Catalogo de Cuentas y Manual de Aplicaciones
- Diseñar formularios para todas las operaciones.
- Diseñar registros contables.
- Preparar los libros. Balance inicial, Balance General, Estado de Pérdidas y Ganancias.

Se muestra en los siguientes apartados el desarrollo de los pasos mencionados anteriormente para formar un sistema de contabilidad para el Centro Eco turístico Punta Real

- **Preparar lista de chequeo**

A continuación se muestran algunos formatos para la obtención de datos requeridos por el sistema contable:

COOPERATIVA PUNTA REAL DE R.L		
Fecha		
Servicios Prestados		Gasto Total
Hospedaje		\$
Actividades Acuaticas		\$
Senderismo		\$
Restaurante		\$
Bar		\$
Spa		
Paseos en Lancha		
Estacion de Raspado		
Estacion de Bocadillos y Bebidas		
	TOTAL	\$

Tabla 246 Formato lista de chequeo

REGISTRO DE EMPLEADOS

Registro de empleados	
Total de empleado	_____
Lugar de trabajo	No de Empleados
<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>

Tabla 247 Formato registro de empleados


CAPACITACIONES					
	Temas	Fechas	Coordinacion	Coordinacion	
	A	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	B	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
	C	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
INGRESAR NUEVA CAPACITACION					

Tabla 248 Registro para capacitaciones

- **Catálogo de cuentas**

CATALOGO DE CUENTAS
10 – ACTIVO
20 - PASIVO
30 - CAPITAL
40 - CUENTAS DE RESULTADO DEUDORAS
50 - CUENTAS DE RESULTADO ACREEDORAS
60 - CUENTAS LIQUIDADORAS

Tabla 249 Codigo de catalogo de cuentas

ESTRUCTURA DE CODIFICACION DEL CATALOGO DE CUENTAS	
Dos dígitos	Títulos de balance
Tres dígitos	Rubros de agrupación
Cinco dígitos	Cuentas de mayor
Siete dígitos	Sub-cuenta
Nueve dígitos	Sub-sub cuenta

Tabla 250 Estructura de codificacion de catalogo de cuentas

CATALOGO DE CUENTAS
10. A C T I V O
10.1. <i>DISPONIBLE</i>
10.1.01. CAJA Y BANCOS
10.1.01.01 Caja
10.1.01.02 Bancos
10.1.02. CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR
10.1.02.01 Clientes
10.1.03. CREDITO FISCAL
10.2 <i>FIJO</i>
10.2.01.MOBILIARIO Y EQUIPO
10.2.01.01.Mobiliario y Equipo de oficina
10.2.01.02. Mobiliario y equipo para la prestación del servicios turisticos
10.2.02 BIENES MUEBLES
10.2.02.01.Terrenos
10.2.02.02.Instalaciones
10.2.04.R- DEPRECIACIONES ACUMULADAS
10.2.04.01 Mobiliario y Equipo de oficina
10.2.04.02 Mobiliario y Equipo para la prestación del servicio turístico
10.2.04.03 Instalaciones

Tabla 251 Catalogo de cuentas Activo

CATALOGO DE CUENTAS
20 P A S I V O
20 .2 <i>CIRCULANTE</i>
20.2.01 CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR
20.2.01.01 Proveedores
20.2.01.02 Documentos por pagar
20.2.01.03 Préstamos bancarios
20.2.01.04 Acreedores varios
20.2.01.05 Intereses por pagar
20.2.01.06 Impuestos por pagar
20.2.01.06.01 Municipales
20.2.01.06.02 Renta
20.2.01.06.03 Patrimonio
20.2.01.07 Retenciones Diversas
20.2.01.07.01 I. S. S. S. Empleados
20.2.01.07.02 I. S. S. S. Patronal
20.2.01.07.03 A. F. P. Empleados
20.2.01.07.04 A. F. P. Patronal
20.2.01.07.05 Renta por pagar
20.2.01.07.06 INSAFORP
20.2. 02 DEBITO FISCAL
20.2.02.01 I. V. A.

<p>20.3 <i>FIJO</i></p> <p>20.3.03 OBLIGACIONES A LARGO PLAZO</p> <p>20.3.03.01 Proveedores largo plazo</p> <p>20.3.03.02 Préstamos bancarios largo plazo</p> <p>20.3.03.03 Acreedores diversos a largo plazo</p> <p>30 <i>C A P I T A L</i></p> <p>30. 3 <i>CAPITAL CAPITAL</i></p> <p>30.3. 01 RESERVA LEGAL Y LABORAL</p> <p>30.3. 02 UTILIDADES ACUMULADAS</p> <p>30.3. 02.01 Utilidad carga inicial</p> <p>30.3. 02 02 Utilidad período anterior</p> <p>30. 3.03 UTILIDAD O PÉRDIDA DEL PERÍODO</p> <p>40. CUENTAS DE RESULTADO DEUDORAS</p> <p>40. 4 <i>COSTOS Y GASTOS</i></p> <p>40.4.01.COSTOS DEL SERVICIO</p> <p>40.4. 01.01 COSTOS DE PRESTACION DE SERVICIO (OPERATIVOS)</p> <p>40.4.01.02 COSTOS ADMINISTRATIVOS</p> <p>40.4.01.03 COSTOS DE COMERCIALIZACION</p> <p>40.4.01.04 COSTOS FINANCIEROS</p>
--

Tabla 252 Catalogo de cuentas Pasivo

CATALOGO DE CUENTAS
<p>50.5.01 CUENTAS DE RESULTADOS ACREEDORES</p> <p>50.5. 01.01 VENTAS</p> <p>50.5. 01.01.01 Ventas al contado</p> <p>60.6.01 CUENTAS LIQUIDADORAS</p> <p>60.6. 01.01 COSTO DE VENTAS</p> <p>60.6. 01.01 PERDIDAS Y GANANCIAS</p>

Tabla 253 Catalogo de cuentas Cuentas liquidadoras

b. MANUALES DE APLICACIÓN DEL SISTEMA CONTABLE

MANUAL DE APLICACIÓN
<p>10 - CUENTAS DE ACTIVO</p> <p>10 - 1 <i>DISPONIBLE Y REALIZABLE</i></p> <p>10 - 1 - 01 CAJA Y BANCOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se carga: Con todos los ingresos que la empresa obtenga en sus operaciones normales y corrientes. • Se abona: Con todos los egresos en que incurre la empresa en sus operaciones. • Su saldo: Siempre será deudor <p>10 - 1 - 01 - 01 CAJA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se carga: Con los ingresos provenientes de las ventas al contado, abono de clientes, comisiones o cualquier otra operación. • Se abona: Con las remesas que se envían al banco o por pagos hechos en efectivos. • Su saldo: Siempre será deudor

10 - 1 - 01 - 02 BANCOS

- Se carga: Con el valor de las remesas, notas de abono o cualquier ajuste.
- Se abona: Con el valor de los cheques emitidos, notas de cargo del banco o cualquier ajuste que sea necesario.
- Su saldo: Siempre será deudor

10 - 1 - 02 CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR

- Se carga: Con el valor de los importes que la empresa tenga que cobrar posteriormente de haber efectuado la operación.
- Se abona: Con las cancelaciones o pagos parciales de dicho importe.
- Su saldo: Siempre será deudor

10 - 1 - 02 - 01 CLIENTES

- Se carga: Con el importe de las ventas al crédito.
- Se abona: Con las cancelaciones totales o parciales, con devoluciones, rebajas y los saldos que consideran incobrables.
- Su saldo: Siempre será deudor
- Se abona: Con la cancelación, abonos o descuentos a instituciones bancarias o personas en general.
- Su saldo: Siempre será deudor.

10 - 2 - 01 MOBILIARIO Y EQUIPO

- Se carga: Con el valor de adquisición de los bienes para uso de la empresa.
- Se abona: Cuando se venden, porque están completamente despreciados, obsoletos o por destrucción.
- Su saldo: Siempre será deudor.

10 - 2 *FIJO* 10 - 2 - 01 - 01 MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA.

- Se carga: Con el valor de adquisición del mobiliario y equipo relacionado exclusivamente con el departamento administrativo.
- Se abona: Cuando se venden o se dan de baja por su estado inservible.
- Su saldo: Siempre será deudor

10 - 2 - 01 - 02 MOBILIARIO Y EQUIPO PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

- Se carga: Con el valor de adquisición del mobiliario y equipo relacionado exclusivamente con el desarrollo de actividades turísticas.
- Se abona: Cuando se venden o se dan de baja por su estado inservible.
- Su saldo: Siempre será deudor.

Tabla 254 Manual de aplicación parte I

MANUAL DE APLICACIÓN

10 - 2 - 03 BIENES INMUEBLES

- Se carga: Con el valor de las compras de los inmuebles, representan la inversión en terrenos, edificios e instalaciones
- Se abona: Cuando se venden o se demuelen los edificios, si estos aún tienen valor residual.
- Su saldo: Siempre será deudor.

10 - 2 - 03 - 01 TERRENOS

- Se carga: Con el precio de los terrenos según escrituras notariales de compra-venta más el importe de gastos incurridos en relación a la adquisición según comprobantes debidamente justificados.
- Se abona: Con el costo de adquisición, de los terrenos vendidos.
- Su saldo: Siempre será deudor.

10 - 2 - 03 - 02 INSTALACIONES

- Se carga: Con todos los pagos que se efectúen en el acondicionamiento del local, instalaciones de paneles solares, etc.
- Se abona: Cuando se venden o se demuelen por su estado inservible.
- Su saldo: Siempre será deudor.

10 - 2 - 04 – R DEPRECIACIONES ACUMULADAS

- Se carga: Cuando se liquida un activo depreciable que se vende o su estado es inservible.
- Se abona: Con el valor de los porcentajes de depreciación que de acuerdo a la ley de impuesto sobre la renta conceda a todo bien.
- Su saldo: Siempre será acreedor.

10 - 2 - 04 - 01(-) MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA.

- Se carga: Cuando se liquida el activo depreciable por venta, destrucción o su estado es inservible.
- Se abona: Con el valor de los porcentajes de depreciación que de acuerdo a la ley de impuesto sobre la renta concede a todo bien.

Su saldo: Siempre será acreedor.

10 - 2 - 04 - 02(-) MOBILIARIO Y EQUIPO PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO

- Se carga: Cuando se liquida el activo depreciable por venta, o por su estado inservible.
- Se abona: Con el valor de los porcentajes de depreciación que de acuerdo a la ley de impuesto sobre la renta conceda a todo bien.
- Su saldo: Siempre será acreedor.

10 - 2 - 04 - 03(-) INSTALACIONES

- Se carga: Cuando se venden o se dan de baja por inservibles.
- Se abona: Con el valor de los porcentajes de depreciación que la ley de impuesto

- sobre la renta, concede a estos bienes.
- Su saldo: Siempre será acreedor.

Tabla 255 Manual de aplicación parte II

MANUAL DE APLICACIÓN

10 - 3 - 01 PAPELERIA Y UTILES

Se carga: Con las compras de papelería y útiles de oficina.

Se abona: Con las requisiciones de papelería y útiles.

Su saldo: Siempre será deudor.

P A S I V O

20 - 2 CIRCULANTE

20 - 2 - 01 CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR

Se carga: Con los abonos o cancelaciones que se efectúen.

Se abona: Con el valor de los compromisos que la empresa adquiera en sus operaciones normales menores de un año.

Su saldo: Siempre será acreedor.

20 - 2 - 01 - 01 PROVEEDORES

Se carga: Con los abonos o cancelaciones, con las devoluciones y rebajas sobre compras o cualquier otra operación en la cual disminuya el compromiso con los proveedores.

Se abona: Con el valor de las compras al crédito.

Su saldo: Siempre será acreedor.

20 - 2 - 01 - 02 DOCUMENTOS POR PAGAR

Se carga: Con los pagos parciales o totales, cancelaciones por renovación o cualquier otra causa.

Se abona: Con el importe nominal de los documentos que la empresa firma en sus operaciones.

Su saldo: Siempre será acreedor.

20 - 2 - 01 - 04 ACREEDORES VARIOS

- Se carga: Con los pagos parciales o totales de dichos compromisos
- Se abona: Con el valor de las compras o servicios que no son corrientes en el negocio.
- Su saldo: Siempre será acreedor.

20 - 2 - 01 - 05 INTERESES POR PAGAR

- Se carga: Con los pagos que se hagan por los intereses sobre préstamos.
- Se abona: Con las provisiones de intereses efectuados por Préstamos.
- Su saldo: Siempre será acreedor.

20 - 2 - 01 - 06 IMPUESTOS POR PAGAR

- Se carga: Con los pagos que se hagan por los distintos impuestos.
- Se abona: Con las provisiones de impuestos efectuados tales como impuestos sobre la renta, patrimonio, municipales
- Su saldo: Siempre será acreedor.

20 - 2 - 01 - 07 RETENCIONES DIVERSAS

- Se carga: Con los pagos que se hagan por las distintas retenciones al personal o empresa.
- Se abona: Con las provisiones de retenciones efectuadas tales como: I.S.S.S., A.F.P., Renta e INSAFORP.
- Su saldo: Siempre será acreedor.

20 - 02 - 02 DEBITO FISCAL

- Se carga: Al final de cada ejercicio con la cuenta Crédito Fiscal. Se abona: Con el valor del 13% sobre las ventas que corresponden al I.V.A.
- Su saldo: Siempre será acreedor.

20.03.01 FIJO

- Se carga: Con los pagos y abonos que haga la empresa sobre esta clase de deudas.
- Se abona: Con el valor de los documentos de préstamos de cualquier institución o persona con plazo mayor de un año.
- Su saldo: Siempre será acreedor.

20 - 03 - 03 OBLIGACIONES A LARGO PLAZO

- Se carga: Con los pagos y abonos que haga la empresa sobre esta clase de deudas.
- Se abona: Con el valor de los documentos de préstamos de cualquier institución o persona con plazo mayor de un año.
- Su saldo: Siempre será acreedor.

30.04.01 - CAPITAL

30.04.01.01 CAPITAL

- Se carga: Con los retiros que el comité haga, así como con las pérdidas del ejercicio.
- Se abona: Con el aporte inicial del comité, así como por aumento a capital por las utilidades del ejercicio.
- Su saldo: Siempre será acreedor.

30.03.01.02 UTILIDADES ACUMULADAS

- Se carga: Se abonará cada fin de ejercicio con las utilidades netas.
- Se abona: Se cargará cuando las utilidades sean distribuidas, capitalizadas, etc.
- Su saldo: Su saldo es de naturaleza acreedor.

40.04.01 - CUENTAS DE RESULTADO DEUDORAS

40.04.01.01 COSTO DEL SERVICIO

- Se carga: Con el importe de las actividades realizadas en el servicio turístico.
- Se abona: Con el costo de venta.
- Su saldo: Siempre será deudor.

40.04.01.02 GASTOS DE SERVICIO

- Se carga: Con todos los pagos, provisiones y ajustes que se efectúan para el departamento de ventas según la clasificación del catálogo.
- Se abona: Al final del ejercicio con la cuenta de pérdidas y ganancias.
- Su saldo: Siempre será deudor.

40.04.01.03 GASTOS DE ADMINISTRACION

- Se carga: Con todos los pagos, provisiones y ajustes incurridos en la Administración del negocio.
- Se abona: Al final del ejercicio con la cuenta de pérdidas y ganancias. Su saldo: Siempre será deudor.

40.04.01.04 GASTOS FINANCIEROS

- Se carga: Con los pagos, provisiones y ajustes que la empresa haga en concepto de intereses, comisiones bancarias, etc.
- Se abona: Al final del ejercicio con la cuenta de pérdidas y ganancias.
- Su saldo: Siempre será deudor.

50 .01.01 CUENTAS DE RESULTADO ACREEDORAS

50 .05.01.01 VENTAS DE CONTADO

- Se carga: Al final del ejercicio con el traspaso a la cuenta de pérdidas y ganancias.
- Se abona: Con el valor de las ventas al contado.
- Su saldo: Siempre será acreedor.

60.06.01 - CUENTAS LIQUIDADORAS

60.06.01.01 COSTO DE VENTAS

- Se carga: Con el inventario inicial de productos terminados y con el costo de producción del año.
- Se abona: Al final del ejercicio con el inventario final de productos terminados y el saldo con pérdidas y ganancias.
- Su saldo: No tiene, por ser una cuenta transitoria

60.06.01.02 PERDIDAS Y GANACIAS

- Se carga: Con el costo de ventas, gastos de venta, gastos de administración, gastos financieros y cualquier otra cuenta de resultado deudor.
- Se abona: Con las ventas netas, otros productos y cualquier otra cuenta de resultado acreedora. Su saldo: Puede ser: *deudor y acreedor* Deudor: Cuando refleja pérdida en el ejercicio y se abona contra Capital. Acreedor: Cuando nos refleja utilidad en el ejercicio y se carga contra Capital.

Tabla 256 Manual de Aplicacion parte III

c. DISEÑO DE FORMULARIOS

Esto son todas las formas impresas con la finalidad de recaudar información en las diferentes áreas del centro Eco turístico Constituyen un elemento que siempre y cuando esté autorizado (firmado) podrá servir como comprobante para garantizar una operación. Los comprobantes son formularios que cumplen una destacada misión en el mecanismo funcional del régimen contable, como elementos de registro, información y control (facturas, recibos, etc.)

Toda operación debe ser respaldada por un comprobante o formulario que permita su apropiada contabilización y que sirva para conocer los diferentes datos. Requisitos de todo formulario:

- Numeración
- Que contenga todo los datos necesarios para facilitar el control.
- Redacción clara, sin errores.
- Además del original, emitir las copias necesarias
- Poseer firmas

Cada área que compondrá el Centro Eco turístico le emitirá los formularios respectivos al hacer alguna transacción al encargado de contabilidad, para que este lleve un control de todos los gastos e ingresos que se realicen.

Los Registros Contables, sirven para llevar un mayor control de todas las transacciones y luego poder registrarlos en los libros correspondientes.

REGISTRO DE CAJA				
Fecha	Detalle	Entrada	Salida	Saldo
Total				

Tabla 257 Formulario de Registro de Caja

REGISTRO DE CUENTAS POR COBRAR					
Proveedor					
Dirección					
Teléfono					
Fecha	Concepto	Deuda	Abono	Saldo	Vencimiento

Tabla 258 Formato de Registro de Cuentas por Cobrar

REGISTRO DE VENTAS				
Fecha	Descripción del servicio	Cantidad	Contado	Crédito

Tabla 259 Formato de Registro de Ventas

REGISTRO DE COMPRAS					
Fecha	Descripción del servicio	Cantidad	Contado	Crédito	Otros costos

Tabla 260 Formato de Registro de Compras

REGISTRO DE DEPRECIACIÓN			Año :		
Meses	Año de adquisición	Maquinaria	Mobiliario	Equipo	
Enero					
Febrero					
Marzo					

Tabla 261 Formulario Resgistro de Depreciacion

Preparación de Libros y Balances, para que el Centro eco turístico pueda llevar a cabo un adecuado control en la contabilidad, se requiere Preparar los libros de contabilidad en donde se va a tener: El Libro Diario, El Libro Mayor, El Balance inicial, Balance General y Estado de Pérdidas y Ganancias.

Los libros de contabilidad: son aquellos en los que se anotan de manera definitiva las informaciones que aportan los formularios, son libros donde se asientan las operaciones del comité con el fin de cumplir las obligaciones que impone la ley a este respecto y lograr la información o los datos necesarios para conocer su situación y resultados mediante balances y estados demostrativos de ganancias y pérdidas.

El Libro Diario: Es en el cual se registra cronológicamente la información, esto es, el registro diario de las operaciones. Son conocidos también como libros de entra original.

El Libro Mayor o de Cuentas Corrientes: Aquel que recoge las informaciones que previamente se anotan en el diario. Es conocido como libro de segundas entradas. Es el libro oficial, ya que sirve de fuente de información para conformar los estados financieros.

Estados financieros: son aquellos que presentan la situación de la empresa, entre estos tenemos El Balance General; El Estado de Resultado, etc.

- El Balance Inicial
- El Balance General.
- El Estado de Resultado.

LIBRO MAYOR			
Fecha	Detalle	Debe	Haber

Tabla 262 Formato de Libro Mayor

CUENTA	SUMAS		SALDOS	
	Debe	Haber	Deudor	Acreedor
Totales				

Tabla 263 Formato de Cuentas y Saldos

CENTRO ECOTURÍSTICO PUNTA REAL BALANCE INICIAL DE 01 DE _____ 201X			
ACTIVO		PASIVO	Cantidad (\$)
<u>Activo Circulante</u>	Cantidad (\$)	<u>Pasivo Circulante</u>	
Caja y bancos		Cuentas por pagar Total	
Cientes Inventarios		pasivo circulante	
Total activo circulante	\$	_____	\$
_____	\$	_____	\$
_____	\$	_____	\$
_____	\$	_____	\$
Activo Circulante	\$	_____	\$
	\$	_____	\$
<u>Activo Fijo</u>	\$	_____	\$
_____	\$	<u>Pasivo Fijo</u>	\$
_____	\$	Total pasivo Fijo	\$
_____	\$	TOTAL PASIVOS	
Terreno		_____	
Instalaciones		_____	
Total activo Fijo	\$	_____	\$
		PATRIMONIO	
		Aportes sociales	
TOTAL ACTIVOS		Total patrimonio	
		TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	
Firma del contado _____		Firma del propietario _____	

Tabla 264 Formato para Balances

CENTRO ECOTURÍSTICO PUNTA REAL ESTADO DE RESULTADO COMPRENDE EL PERIODO DE _____ AL _____	
VENTAS	\$
(-) Devoluciones y descuentos	\$
(=) INGRESOS OPERACIONALES	\$
(-) Costo de ventas	\$
(=) UTILIDAD BRUTA	\$
(-) Gastos operacionales de ventas	\$
(-) Gastos operacionales de administración	\$
UTILIDAD OPERACIONAL	\$
(+) Ingresos no operacionales	\$
(-) Gastos no operacionales	\$
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	\$
(-) Impuesto de renta y complementarios	\$
UTILIDAD DEL EJERCICIO O NETA	\$

Tabla 265 Ejemplificación de Estado de Resultado

d. SISTEMAS ADMINISTRATIVOS A UTILIZAR

Con la finalidad es favorecer el cumplimiento de los objetivos del Centro Ecoturístico Punta Real se utilizarán los siguientes sistemas para facilitar la administración de los recursos de que posee el Centro Ecoturístico Punta Real los cuales serán desde el Sistema Contable el cual no cuentan con uno establecido formalmente en estos momentos, la incorporación de sistema respecto al registro de clientes reservas y las quejas que estos pueden emitir.

Sistema contable	Ayudará a llevar un mejor control de los egresos e ingresos que posee la cooperativa.
Sistema de registro de clientes y reservas	Permitirá planificarse en cuanto a las solicitudes de reserva, la compra de los insumos, conocer a información de los clientes
Sistema de quejas y mejora continua	Permitirá la mejora continua, por medio de hacer partícipe al cliente, tomar en cuenta las sugerencias y evitar errores.

Tabla 266 Sistemas Administrativos de Apoyo

7. PROYECCIONES DE LOS PAQUETES TURISTICOS

El programa de producto turístico no tendría sentido si no tiene turistas que estén dispuestos a disfrutar de los servicios que se prestan. Por ello se presenta a partir de los datos obtenidos en el cálculo de la demanda proyectada para 5 años en la etapa de diagnóstico la demanda que tendrían cada uno de los paquetes diseñados en este proyecto para un lapso de 5 años:

Mes	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	453	473	495	517	540	564
Febrero	329	344	359	375	392	410
Marzo	495	517	540	564	590	616
Abril	353	368	385	402	420	439
Mayo	381	398	416	435	455	475
Junio	355	371	388	405	423	442
Julio	332	347	363	379	396	414
Agosto	413	431	451	471	492	514
Septiembre	311	325	339	355	371	387
Octubre	294	308	321	336	351	367
Noviembre	344	360	376	393	410	429
Diciembre	438	458	478	500	522	546
Total	4497	4699	4911	5132	5363	5604

Tabla 267 Proyección de la Demanda Turística

A continuación se presentan el estimado de precios que podría tener cada paquete donde est servira posteriormente para establecer la demanda que puede tener cada uno de ellos.

PAQUETES	PRECIOS
Paquete “Básico”	\$20.00
Paquete “Pase del día”	\$25.00
Paquete “Todo incluido”	\$50.00
Paquete “Premium”	\$65.00

Tabla 268 Precio de los paquetes

Para el cálculo de la demanda de paquetes se hizo uso de la pregunta realizada a los encuestados la cual es: **Selección de los siguientes rangos entre ¿Cuáles esta su presupuesto?**, esto con el fin de determinar el porcentaje de las personas con capacidad de poder comprar alguno de los paquetes, la cual nos resultado de la siguiente manera:

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$10 - \$20	111	33%

\$21 - \$25	155	46%
\$ 26 - \$35	37	11%
Más de \$35	32	10%
TOTAL		100%

Tabla 269 Rango de presupuesto

Lo que significa que el 33% de los que respondieron se supone que comprarían el paquete “básico”, el 46% comprarían el paquete “pase del día”, el 11% compraría el paquete “todo incluido” y el 10% compraría el paquete “Premium”. A continuación se presenta la proyección de venta de cada paquete:

PAQUETE BASICO						
Mes	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	149	156	163	171	178	186
Febrero	109	114	118	124	129	135
Marzo	163	171	178	186	195	203
Abril	116	121	127	133	139	145
Mayo	126	131	137	144	150	157
Junio	117	122	128	134	140	146
Julio	110	115	120	125	131	137
Agosto	136	142	149	155	162	170
Septiembre	103	107	112	117	122	128
Octubre	97	102	106	111	116	121
Noviembre	114	119	124	130	135	142
Diciembre	145	151	158	165	172	180
Total	1484	1551	1621	1694	1769	1849

Tabla 270 Proyección de paquete” básico”

PAQUETE PASE DEL DIA						
Mes	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	208	218	228	238	248	259
Febrero	151	158	165	173	180	189
Marzo	228	238	248	259	271	283
Abril	162	169	177	185	193	202
Mayo	175	183	191	200	209	219
Junio	163	171	178	186	195	203
Julio	153	160	167	174	182	190
Agosto	190	198	207	217	226	236
Septiembre	143	150	156	163	171	178
Octubre	135	142	148	155	161	169
Noviembre	158	166	173	181	189	197
Diciembre	201	211	220	230	240	251

Total	2069	2162	2259	2361	2467	2577
--------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Tabla 271 Proyección de paquete "pase del día"

PAQUETE TODO INCLUIDO						
Mes	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	50	52	54	57	59	62
Febrero	36	38	39	41	43	45
Marzo	54	57	59	62	65	68
Abril	39	40	42	44	46	48
Mayo	42	44	46	48	50	52
Junio	39	41	43	45	47	49
Julio	37	38	40	42	44	46
Agosto	45	47	50	52	54	57
Septiembre	34	36	37	39	41	43
Octubre	32	34	35	37	39	40
Noviembre	38	40	41	43	45	47
Diciembre	48	50	53	55	57	60
Total	495	517	540	565	590	616

Tabla 272 Proyección paquete "todo incluido"

PAQUETE PREMIUM						
Mes	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	45	47	50	52	54	56
Febrero	33	34	36	38	39	41
Marzo	50	52	54	56	59	62
Abril	35	37	39	40	42	44
Mayo	38	40	42	44	46	48
Junio	36	37	39	41	42	44
Julio	33	35	36	38	40	41
Agosto	41	43	45	47	49	51
Septiembre	31	33	34	36	37	39
Octubre	29	31	32	34	35	37
Noviembre	34	36	38	39	41	43
Diciembre	44	46	48	50	52	55
Total	450	470	491	513	536	560

Tabla 273 Proyección de paquete "Premium"

8. REQUERIMIENTOS PARA EL PROGRAMA DE PRODUCTO TURISTICO

RECURSO HUMANO	CANTIDAD
Guía de sendero	1
Encargado de estación de boquitas y bebidas	1
Encargado de estación de raspados	1
Encargado de Bar	1
Encargado de actividades acuáticas	1
Supervisor de los proyectos de mejor	1
MATERIALES	CANTIDAD
Salchichas Toledo con queso	20 packs
Empanizador casero	20 unidades
Aceite (presentación de 2.84 L)	2 unidades
Fresas	8 libras
Malvaviscos (presentación de 270 gr)	4 unidades
Gelatina de fresa (presentación de 450gr)	5 unidades
Sandia	10 unidades
Coco	20 unidades
Melón	4 unidades
Kiwi	10 unidades
Limón	25 unidades
Guineos	25 libras
Chocolate	10 unidades
Jarabe de frutas	9 botellas
Sodas	16 cajas (de diferentes sabores)
Té helado	4 fardos
Agua de botella	4 fardos
Cervezas	8 cajas
Sidra	5 botellas
Vodka	5 botellas
Whisky	5 botellas
Ron	5 botellas
Servilleta cuadrada	100 paquetes
Escoba	4
Trapeador	4
Papel higiénico (presentación de 24 rollos)	8 paquetes
Jabón líquido para platos (presentación de 400ml)	20 unidades
Jabón líquido para manos (presentación de 221ml)	8 unidades
Desinfectante	8 galones
Pargo (Boca Colorada)	8 Libras
Robalo	8 Libras
Curil	

Sazón Completa	Bote
Pimienta	Bote
Mayonesa	3.5 kg
Mostaza	3.5 kg
Sal	Lb
Salsa negra	685 ml
Chile	296 ml
Crema de mariscos	Bolsa
Consomé	908 Grs
Azúcar	2500 Grs
Aceite	1500 ml
Kétchup	390 Grs
Jabón para lavar platos	Pastillas
Papas para Freír	6 Bolsas
Bolsa para basura	5 unidades
Servilletas	100 U
Churros	8 Bolsas
Frijol	4 libras
Arroz	4 lb
Huevos	30 Unidades
Nachos	Bolsa
Tenedores desechables	25 Unidades
Carne Churrasco	1 libra
Pechuga deshuesada	Libra
Pollo entrepierna	Libra
Leche	Galón
Queso duro blando	400 Grs
Crema	½ Botella
Lejía	200 MI
Detergente	1000 Grs
Espanja	10 Unidades
Impresión de menús	25
Impresión de paquetes	20
MOBILIARIO Y EQUIPO	CANTIDAD
Mampara de información	2
Señal de indicador de senderos	12
Cocina	1
Refrigeradora	1
Freezer de 15 pies cúbicos	1
Hielera	1
Raspadora de hielo	1
Mesa de palets	14
Juego de mesa de palets	14
Mesa para sala de palets	4
Sofá de palets	9

Repisa de palets	3
Sillas haragana de palets	6
Taburetes de palets	10
Barra de palets (desayunador)	4 piezas
Repisas para bebida y cristalería de palets	2
Fregadero	2
Lavamanos	1
Inodoro	1
Licuadaora	1
Cuchillos	2
Vasos de vidrio	60
Platos de baquelita	30
Tazas de baquelita	30
Tazones de baquelita	30
Tenedores acero inoxidable	30 unidades
Cucharas acero inoxidable	60 unidades
Cuchillos acero inoxidable	30 unidades
Sartén	2
Sartén freidora	1
Coctelera	2
Vaso mezclador	2
Cuchara mezcladora	2
Colador de coctel	2
Vaso medidor (Jigger)	2
Licuadaora	1
Camilla de madera para Spa	2
Remos	4
Spray Skirt	2
Chaleco Salvavidas / PFD (Dispositivo de Flotación Personal)/ BA (Ayuda de Flotación)	2
Casco	2
Achicador	2
Bolsas secas	2
Soga	2
Cuchillo	2
Carabineros	2
Banana náutica	2
INSTALACIONES	CANTIDAD
Sendero de madera (1.20 metros de ancho de faja)	2.69 km (longitud del sendero)
Habitación cerrada para estación de boquitas y bebidas	1
Habitación abierta para estación de boquitas y bebidas	1
Habitación para baño	1

Habitación cerrada para estación de raspados	1
Habitación abierta para estación de raspados	1
Habitación abierta para área de descanso	1
Habitación cerrada para centro de interpretación ambiental	1
Habitación abierta para centro de interpretación ambiental	1
Habitación cerrada para estación de Bar	1
Habitación abierta para estación de Bar	1
Habitación cerrada para estación de Spa	1
Habitación abierta para estación de Spa	1
DURACIÓN DE LOS PROYECTOS	
Innovación de nuevos atractivos turísticos	2 meses
Propuesta de paquetes	2 semanas
Mejoramiento de la infraestructura	8 meses

Tabla 274 Requerimientos para el Programa de Producto Turístico



Ilustración 226 Rancho viejo, Isla Madresal



Ilustración 227 Muelle Punta Real

E. PROGRAMA DE PROMOCION Y MARKETING

1. INTRODUCCION

El Programa de Promoción y Marketing pretende abordar los proyectos sobre el relanzamiento de la marca, asimismo la sostenibilidad de la publicidad, que tendrá la Punta San Juan del Gozo, bajo la marca con la que han funcionado como es la del Centro Ecoturístico Punta Real conocido comúnmente como “Punta Real”.

Además se abordaran las estrategias para gestionar alianzas con otras Cooperativas o negocios, Los Lancheros de las zona y no menos importantes con los Tour Operadores, donde dichas alianzas contribuirán para garantizar que el trabajo publicitario en general, cree impactos positivos en la alza de las ventas y motive la visita de más turistas, ya que este promocionara toda la oferta turística que se ofrece en la zona de la Punta San Juan del Gozo.

En este programa también se abordara el diseño de los medios digitales que se utilizaran para el trabajo de marketing asimismo comprende el diseño de los volantes, vallas publicitarias, entre otros.

2. OBJETIVOS

Diseñar el programa de Promoción y Marketing que publicite de forma efectiva la oferta turística para generar un impacto positivo que motive a los turistas a nivel nacional a desplazarse hasta la Punta San Juan del Gozo y posicionar de esta manera la marca Punta Real.

- Diseñar propuestas de logos y un eslogan para la Cooperativa Punta Real para que estos sean utilizados en la publicidad a nivel virtual y física que se realice del Centro Ecoturístico Punta Real.
- Definir los mejores medios para publicitar los productos turísticos que serán ofertados y diseñar la propuesta de la plataforma digital que se puede utilizar, así como los diseños de la publicidad impresa para sostener la presencia de la marca como una opción cuando realizan sus actividades de turismo.
- Diseñar estrategias destinadas a aumentar el flujo turístico, creando una imagen positiva de la zona haciendo uso de las ferias turísticas y los viajes de familiarización para aprovechar al máximo las formas de publicitar la Punta San Juan del Gozo.
- Plantear estrategias para gestionar la alianza con Tour Operadores, Lancheros y Negocios existentes en la Bahía de Jiquilisco para fortalecer la oferta turística y fraguar una experiencia más placentera a los turistas que visiten la Punta San Juan del Gozo.

3. CONTENIDO

El programa de Promoción y Marketing se compone específicamente de 4 proyectos que son los siguientes:

- **Proyecto de Relanzamiento de la Marca:**

Este proporcionara diseños de logos y un eslogan para relanzar la marca Punta Real, que si bien no tiene un posicionamiento fuerte entre los turistas, el refrescar la marca podría permitir que se genere un posicionamiento más relevante del que se cuenta actualmente.

- **Proyecto de Sostenimiento de la Publicidad:**

Básicamente este proyecto provee diseños y estrategias específicas que se deben utilizar en los medios electrónicos así como la publicidad en físico como volantes.

- **Proyecto Promoción en Medios Externos:**

En este proyecto se diseñaran las estrategias a seguir para poder realizar los viajes de familiarización así como la promoción asistiendo a ferias turísticas.

- **Proyecto Gestión de Alianzas:**

Este proyecto proporcionara estrategias dirigidas en 3 ejes fundamentales los cuales son alianzas con Tour Operadores, Lancheros y Otros negocios de la zona.

a. PROYECTO: RELANZAMIENTO DE LA MARCA

Para realizar un relanzamiento de la marca y plasmar propuestas de logos y eslogan a utilizar se debe partir desde la toma en consideración el perfil de los consumidores donde estos si bien se sabe serán jóvenes y familias donde se realizara una concentraciones de aspectos relevantes de ambos grupos, donde estos serán considerados al momento de diseñar los logos y eslogan ya que este debe de transmitir un equilibrio entre lo que la Cooperativa desea y lo que los turistas esperan.



Ilustración 228 Logo Punta Real Propuesta

CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS	ACTIVIDADES QUE PREFIEREN	NECESIDADES
Sexo: Indiferente Edad: 20 - 49 años Ingresos promedio: \$250 - \$700	Senderismo Actividades Acuáticas Visita Balnearios Descanso Relajación Playa y sol Flora y fauna	Seguridad Servicios básicos Servicios de restaurante Alojamiento

Tabla 275 Rasgos destacados del Consumidor parte I

ELEMENTOS SENSIBLES	MEDIOS DE COMUNICACIÓN	OTRA INFORMACIÓN
Precios Distancia Actividades turísticas que ofrecen. Tipo de turismo Limpieza del lugar Seguridad	Páginas web Redes sociales Recomendaciones de otras personas Utilizan mayormente Facebook y Whatapp	Practica turismo con el grupo familiar y con grupo de amigos. Los grupos promedio rondan las 5 personas Mayor demanda en época de vacación y días feriados Duración de viajes turísticos 1 día. Duración de viajes turísticos cuando se hospeda es de 2 días 1 noche.

Tabla 276 Rasgos destacados del Consumidor parte II

- **MARCA**

El negocio turístico, como típica actividad de servicios, se mueve hoy en un campo donde los competidores son cada vez más imaginativos, y los clientes más exigentes.⁴⁰

El poder de una marca influye en el comportamiento de los clientes. Si se tiene una marca de alto valor, con una fuerte imagen y un buen posicionamiento entre la competencia, se tiene garantizado el éxito a largo plazo. La labor de la marca (Branding) responde a las acciones que se desarrollan para conectar ciertas emociones a un logotipo y a una marca.

Si se consigue construir una marca reconocida se facilita la decisión de compra a los usuarios que preferirán la Punta San Juan del Gozo por motivos de familiaridad con la imagen.

Una marca simboliza un diferenciador es un algo muy importante para ofrecer el servicio turístico, ya que se necesita para poder destacarse y diferenciarse de otras experiencias

⁴⁰ Frank Memelsdorff

turísticas. Esencialmente es importante tener los elementos siguientes como: un nombre, un color diferenciable, una figura para poder ser identificados como destino turístico.

La Punta San Juan del Gozo cuenta actualmente con una marca la cual si bien no ha tenido un gran impacto a nivel nacional pero si es reconocida en cierta medida en el área de la Bahía de Jiquilisco y alrededores. Dicha marca si bien ha tenido un pequeño impacto se puede relanzar a fin de lograr que esta se posicione a nivel nacional.

Para el diseño de la marca se debe considerar los siguientes puntos:

¿Qué se quiere transmitir?

Se debe determinar cuáles son los valores con los que se desea que se identifique a la experiencia turística el cual es el caso del Ecoturismo en la Punta San Juan del Gozo.

¿Cómo se va a transmitir?

El nombre Punta Real, es el que se utilizara ya que hace referencia al lugar además que todo nombre debe ser acompañado por símbolos que acompañen así lo que sería la marca bajo la cual trabajara la Cooperativa para posicionar la Punta San Juan del Gozo como lugar turístico.

Por lo tanto el logotipo, y el eslogan son lo más importante porque, al final, es por lo que el destino turístico va a ser reconocida y diferenciada. Éste debe ser breve, sencillo, fácil de pronunciar y con buena sonoridad.

Crear un eslogan que transmita la belleza del lugar y que sea fácil de memorizar

El eslogan debe de presentar emociones y sensaciones que simbolicen lo que el mercado espera, donde en la Punta San Juan del Gozo, es la experiencia del Ecoturismo es decir desconectarse de la rutina diario del tedio de la ciudad y transportarse al contacto directo con la naturaleza.

Para la Punta San Juan del Gozo se propone el siguiente eslogan:

“Nuestra Maravilla Escondida”

“Xirihualtique Bahía de las Estrellas escondida en Punta Real”

Alcanzar un alto nivel de identidad visual (logo)

Para el diseño del logo que se propone, se consideraron elementos como el Ecoturismo, la existencia de tortugas en la zona, el nombre de la Cooperativa y el eslogan que esta maneja actualmente.

A continuación se muestran algunas propuestas de logo para el Centro Ecoturístico Punta Real.

	
 <p>Nuestra Maravilla escondida</p>	 <p>Nuestra Maravilla escondida</p>
	
	

Tabla 277 Propuesta de Diseño de Logos

b. PROYECTO: SOSTENIMIENTO DE LA PUBLICIDAD

El sostenimiento de la publicidad comprende las estrategias que se deben seguir para motivar que se estimule la corriente de turistas especialmente en periodos no vacacionales y esto se logra por medio de implementación de publicidad en las redes sociales asimismo por entrega de volantes, vallas publicitarias, también con la generación de satisfacción en el cliente cuando este visita el Centro Ecoturístico.

ESTRATEGIAS

- Crear sorteos en las redes sociales para que los clientes puedan ganar estadias gratis o incluso un vale por consume en alimentos para generar que estos vuelvan a la Punta Real.
- Utilizar a diario las redes sociales para publicitarse, asimismo apoyarse de publicidad impresa en forma de folletos, afiches, volantes o vallas publicitarias que den realce a la oferta turística que se ofrece.
- Se debe incorporar la creación de la página web para Punta Real y realizar el mantenimiento apropiado y permanente a la misma para que los clientes puedan realizar reservas o informarse las disponibilidades con las que se cuentan. Asimismo para el sostenimiento de la marca son la página web como se mencionó con anterioridad la cual no se posee actualmente, el uso de promocionales conocidos como volantes los cuales pueden ser utilizados de forma impresa como digital, la página en redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram inclusive Whatapp.
- Publicitarse en medios de distribución directos e indirectos.

Ahora se presentan los canales de distribución de los cuales se debe hacer uso, los cuales van de la mano con las estrategias planteadas:

- **Canal directo**

Se utilizará las redes sociales, correo electrónico y página web para hacer publicidad y dar a conocer los servicios ofrecidos.

Para el caso de la Cooperativa Punta Real y tomando en consideración los hallazgos encontrados en el estudio de mercado se determina que se utilizará la red social Facebook que permite interactuar con los interesados en visitar el lugar, logrando abarcar un mayor número de personas. Se mostrarán imágenes con resoluciones bien definidas, y afiches promocionales del lugar.

El periodo de realización: **permanente.**

Crear volante y afiches para dar a conocer el lugar en temporadas de vacaciones en puntos estratégicos del Malecón del Puerto El Triunfo de modo que permita atraer a los turistas que llegan al lugar.

Periodo de realización: **vacaciones, ferias, conferencias, reuniones.**

A continuación se presenta un diseño para los volantes que se pueden utilizar tanto de forma digital como de forma impresa.



Ilustración 229 Parte Externa del Volante

The internal flyer content is set against a blue background with white circular images. The text is arranged in columns. The first column describes the location of Bahía Jiquilisco. The second column highlights the bird life in the area. The third column lists the activities available. The fourth column lists the tour packages. The same "Punta Real" logo from the previous flyer is in the bottom right corner.

En la Costa Sur del Departamento de Usulután, se forma un estero llamado antiguamente "Bahía Xirihualtique", en lengua Potón, Bahía de las estrellas y hoy conocida como Bahía de Jiquilisco.

La Bahía de Jiquilisco alberga la mayor abundancia de aves marino-costeras en El Salvador, muchas de las cuales están amenazadas o en peligro de extinción. La exploración de las muchas islas de la bahía, canales de manglares y playas desoladas es verdaderamente impresionante.

Entre las actividades que se pueden realizar en Punta Real están degustaciones de platillos y bebidas entre ellas la especialidad a base de coco, nadar en las aguas cristalinas de nuestra laguna y nuestra playa virgen, puedes realizar paseos en lancha, senderismo, estaciones de bocadillos, bar, área de spa y actividades acuáticas....Ven y disfruta de la mejor experiencia ecoturística en Punta Real.

Visítanos, nuestros paquetes incluyen:

- PAQUETE "BÁSICO"
- PAQUETE "PASE DE DIA"
- PAQUETE "TODO INCLUIDO"
- PAQUETE "PREMIUM"

Ilustración 230 Parte Interna del Volante

- **Canal indirecto**

Página Web

Se muestran algunas propuestas para diseños y los elementos fundamentales que deberá de contener la página web para la promoción turística ya que contar con una pagina web inclusive que permitiera a futuro realizar reservaciones de forma automática crearían un valor adicional al sitio web asi como la imagen del mismo que cambie respecto a las temporadas es decir que no solo sus promociones sobre los paquetes cambien por temporada sino tambien la imagen de dicha pagina web.

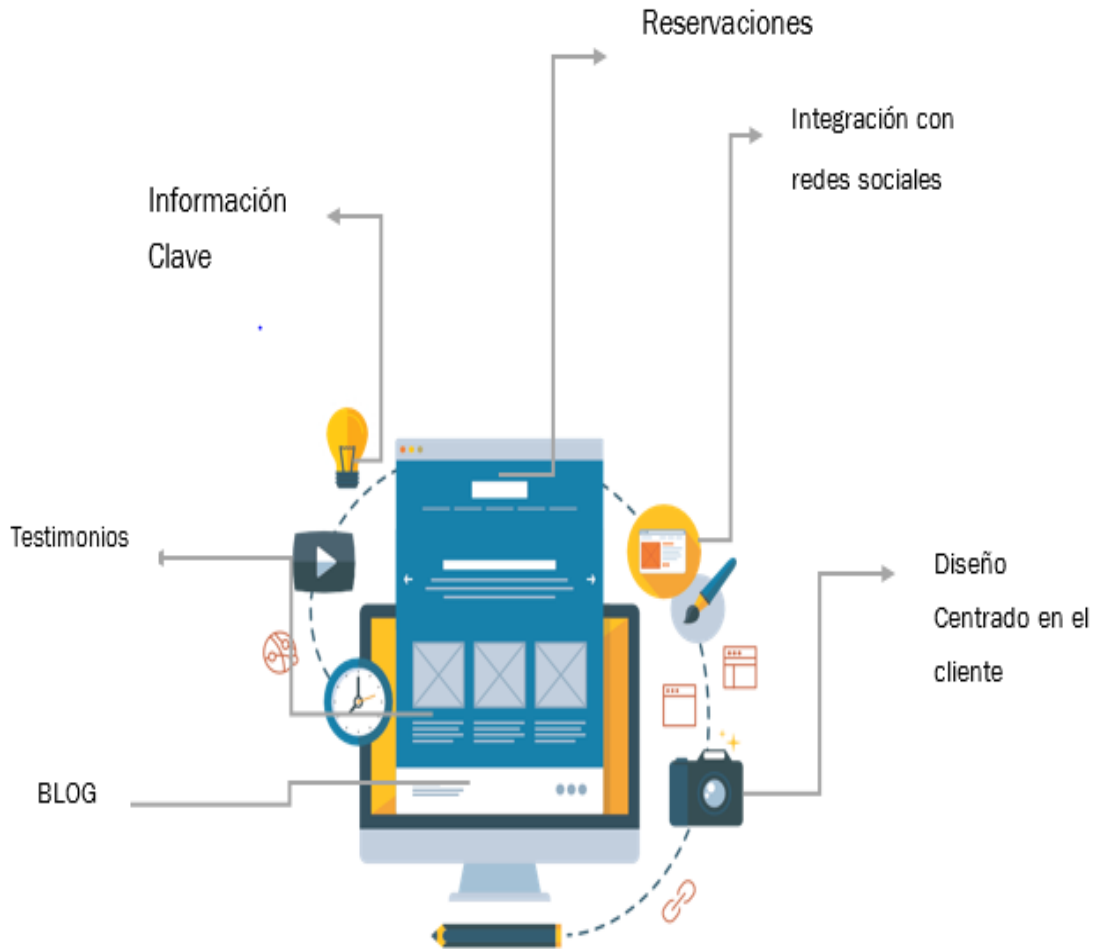


Ilustración 231 Elementos Principales de una Pagina Web



Ilustración 232 Propuesta de Diseño 1 para Pagina Web



Ilustración 233 Propuesta de Diseño 2 para Pagina Web

El proyecto de sostenimiento de la publicidad también puede hacer uso de recursos como:

- **Medios visuales concentrados (vallas publicitarias y paletas):** Estos permiten una alta recordación en los clientes, rápida cobertura (ya que se pueden colocar en distintos lugares dentro y fuera de la Punta San Juan del Gozo), mayor frecuencia (al estar diseminados en distintos lugares aumenta el índice de impactos visuales), bajo costo de producción (debido a que los materiales utilizados son económicos).

Las principales características que deben tener los medios publicitarios a utilizar para promocionar el turismo en la Punta San Juan del Gozo son las siguientes:

- **Deben ser visualmente atractivas:** Esto con el fin de llamar la atención de posibles clientes en el momento en que se encuentren conduciendo sus automóviles, por lo cual la imagen de cada una de las iniciativas deberá de ser explotada al máximo.
- **Deben ser simples:** Se pretende no cargar los anuncios con demasiados mensajes escritos, ya que la simplicidad es la pauta fundamental de la publicidad exterior. Los medios utilizados deberán presentar un mensaje claro de los atractivos que posee cada iniciativa.
- **Tipografía amplia y clara:** Los mensajes escritos contenidos en los anuncios deberán ser cortos, prestando principal énfasis en el nombre de las iniciativas, su ubicación y una idea principal que sea reforzada por el diseño o fondo del anuncio.



Ilustración 234 Muelle Punta Real y Laguna

A continuación se presenta un diseño del sendero que se puede colocar en un banner para poder colocar publicidad en las instalaciones de Punta San Juan del Gozo:

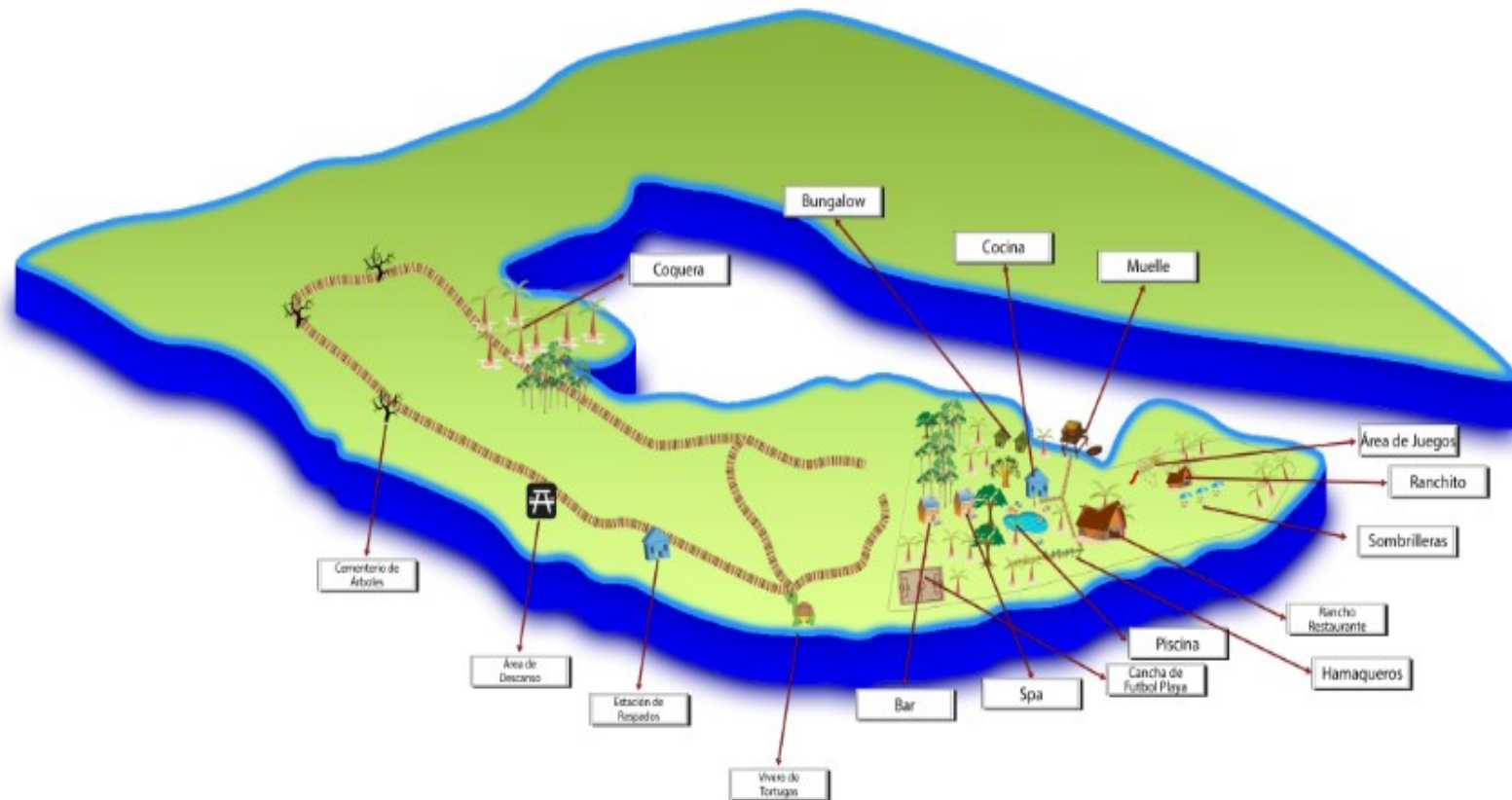


Ilustración 235 Diseño de sendero para colocar publicidad

c. PROYECTO: PROMOCION EN MEDIOS EXTERNOS

Si bien la publicidad que se realiza bajo redes sociales y publicidad impresa crea un impacto en los turistas, se debe tomar en consideración que también es necesario realizar la promoción de la oferta turística por medios diferentes a los convencionales, y esto es lo que nos lleva a estar en contacto con los posibles clientes potenciales interesados en nuestros productos turísticos, donde se pueden establecer estrategias enfocadas a promocionar la oferta en medios externos.

Las estrategias se pueden llevar a cabo en dos vías las cuales son las ferias turísticas, y viajes de familiarización.

- **Ferias Turísticas**

Son el escenario para el contacto directo entre la oferta, la demanda y el canal apropiado de la comunicación para: presentar productos turísticos, crear demandas, investigar la clientela, realizar contactos y seleccionar quien puede ayudar en la venta del producto.

Existen diferentes tipos de ferias las cuales le permitirían a la Cooperativa, tener accesos directos con los posibles compradores.

La Cooperativa Punta Real deberá gestionar con el MITUR, MINEC, MAG y otros espacios como la Mesa de Turismo, para que poder participar en las ferias programadas por ellos, a través de las cuales se pueda generar la promoción de los productos turísticos que se ofertan. Donde para poder participar implica:

- a. Realizar relaciones públicas: encuentros, contactos, citas, conferencias con el Ministerio de Turismo.
- b. Montar stands o espacios que comuniquen el destino que se quiere dar a conocer: empleando banner, Canopy, mesas apropiadas, equipos para audiovisuales, fotografías gigantes, maquetas, mapas, artesanías entre otras.
- c. Maximizar el uso de servicios que ofrece la organización ferial.
- d. Asignar labores a cada persona que atiende el stand con la participación de los miembros del comité y las mismas iniciativas
- e. Ofrecer toda la información posible, la más completa e incentivos para ello, ejemplo: volantes, sticker, banner, mapas, lápices, camisetas, gorras, tasa, estampas entre otras.
- f. Diseñar un mecanismo de seguimiento a las personas que se acercan a preguntar o muestran interés en nuestro producto turístico.

La Cooperativa debe al menos garantizar la participación de al menos 4 ferias en el año donde estas pueden ser al menos 2 de carácter nacional y 2 de carácter local donde esto se debe realizar todos los años.

- **Viajes de Familiarización**

El viaje de familiarización es un medio de presentar un producto turístico de un determinado destino. Con un viaje de familiarización se busca dar conocer en el sitio los elementos básicos del producto turístico que ofrece el destino, e informar en el sitio sobre las condiciones y entorno del destino para la inversión en turismo.

En los viajes de familiarización se debe seleccionar a quienes se desea invitar donde estos pueden ser tours operadores, periodistas o funcionarios de gobierno, lo importante es que a partir del viaje estas personas puedan promover el producto turístico. Las alianzas estratégicas realizadas, pueden aliviar los costos, y estas se pueden llevar a cabo con las empresas interesadas en el destino a promover o comercializar.

Es importante efectuar un seguimiento de la acción con apoyo de las empresas representantes turísticas. La Cooperativa deberá al menos promover 3 viajes de familiarización por año donde estos se realicen preferiblemente antes de cada periodo vacacional los cuales pueden ser Semana Santa, Vacaciones Agostinas y Vacaciones de Fin de Año. El comité deberá promover la realización de al menos tres viajes de familiarización por año, previos a cada temporada vacacional.

d. PROYECTO: GESTION DE ALIANZAS COMERCIALES

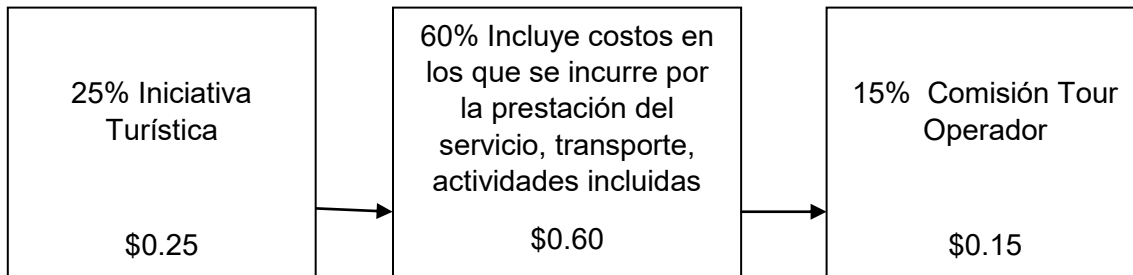
Para las estrategias a seguir para establecer alianzas comerciales, se deben tomar en cuenta que estas se desarrollen en 3 grandes ejes los cuales son:

- Tour Operadores
- Lanjeros
- Negocios de la zona

Estrategias con los Tour Operadores

- Establecer un acercamiento con los tour operadores de la zona oriental y central, para conocer los requisitos que estos tienen para generar alianzas con un lugar turístico.
- Otorgar paquetes especiales a los tour operadores en especial en periodos de temporada baja para que los oferten entre sus clientes.
- Establecer meta de turistas a los tour operadores donde si estos la alcanzan o sobrepasan recibirán un porcentaje mayor al que demandan durante el mes que alcancen la meta.
- Establecer una alianza con la Tour Operadora Xirihualtique que opera en la Bahía de Jiquilisco la cual pertenece a la zona donde esta cobre el viaje en lancha hasta Punta San Juan del Gozo a precio más económico y a cambio reciba una contribución por cada pasajero que lleve y consuma en la Punta San Juan del Gozo asimismo podrá ofrecer sus paseos en lancha al momento que traslada a los turistas hacia Punta San Juan del Gozo.

Aunque hay que tomar en consideración que los Tour Operadores trabajan usualmente con una comisión la cual varía dependiendo el conocimiento y valoración que tengan hacia los recursos naturales y culturales de la comunidad, sin embargo, el esquema que se presenta a continuación refleja una comisión justa por cada dólar que gasta el turista tanto para los tour operadores como para la iniciativa turística:



El procedimiento para establecer alianzas con tour operadores

- Realizar un reunión donde se le muestre la oferta turística que se tiene.
- Establecer el día de visita al lugar turístico.
- Evalúan las instalaciones y la comida que ofrecen.
- Establecen un porcentaje por comisión el cual ronda el 15% en la gran mayoría.
- Realizar un acuerdo de pago y establecer las formas de promocionar el lugar turístico.
- Establecen acuerdos de promocionar el lugar turístico.

Estrategias con los Lancheros

- Establecer alianzas con los lancheros de darles el almuerzo por cada grupo de personas que lleva a Punta San Juan del Gozo y que consuma en las instalaciones.
- Entregar a los lancheros una suma de \$1.50 por cada persona que lleva a las instalaciones y consumen.
- En periodos vacacionales elevar la tarifa a \$2.00 por cada persona que lleve el lanchero a las instalaciones y consuman.
- Realizar reuniones de convivencia para los pescadores una semana antes de los periodos vacacionales para que estos hagan uso de las instalaciones dándoles un almuerzo su bebida y una pequeña charla informativa de los paquetes que se estarán ofreciendo en periodos de vacaciones además de entregar artículos como camisetas con el logo de Punta Real.
- Regalar a los lancheros que lleven con frecuencia turistas a las instalaciones una pequeña canasta básica para el día del padre, el día del pescador o fin de año.

Estrategias con Negocios de la Zona

- Establecer alianzas con las Cooperativas de Curileras para que éstas otorguen el paso de los turistas para que estos puedan ver los viveros de conchas y a cambio puedan recibir por parte de cada turista una contribución de \$3.00
- Gestionar un precio especial para realizar compras de aceite de coco, conservas, artesanías y bisutería a la Cooperativas de la Isla El Espíritu Santo donde se les compre de forma regular en especial en periodos vacacionales, asimismo ofrecer que en el Centro Ecoturístico se tendrá publicidad sobre la Fábrica de procesamiento de coco para que los turistas también se motiven a visitarla durante su visita en nuestras instalaciones.
- Crear alianzas con negocios de la localidad que tienen motos acuáticas para que estos puedan llevarlas a las instalaciones de Punta Real y realicen el arrendo de las mismas a Punta Real y posteriormente se le arrendan a los turistas.
- Establecer alianzas con residentes en el Malecón y deseen ceder parte del terreno de su casa para ser utilizado como parqueo para aquellas personas que desean quedarse en las instalaciones de Punta Real por más de un día y quieran dejar su vehículo más seguro donde a dichos residentes pondrían una tarifa de \$2.00 y de la cual Punta Real no solicitaría nada.
- Realizar convenios de ayuda mutua en casos de saturación de las instalaciones en el área de alojamiento donde ambas partes puedan obtener ingresos, permitiendo que los turistas que visitan Punta Real puedan alojarse en otro lugar y estos solamente por prestar sus instalaciones reciban un ingreso de \$10.00 por habitación.

4. REQUERIMIENTOS PARA EL PROGRAMA DE PROMOCION Y MARKETING

RECURSO HUMANO	CANTIDAD
Encargado de la publicidad en general	1
Encargado de la entrega de volantes	1
Encargado de gestionar relaciones con lancheros y negocios aledaños	1
MATERIALES	CANTIDAD
Diseño de Volantes	2
Diseño de Pagina Web	1
Diseño de Vallas Publicitarias	2
Diseño de Menús	3
Diseño de Logo	1
Diseño de Banners	1
Diseño de Afiches	2
Impresiones de volantes	500 para periodos vacacionales

Impresiones de vallas, banners y afiches	1 impresión cada 4 meses
Diseño de menús	50
Resma de Papel	1
Diseño del promocional del senderismo	1
Tinta a color	1
Tinta a blanco y negro	1
MOBILIARIO Y EQUIPO	CANTIDAD
Computadora	1
Punto de Acceso de Internet	1
Impresora	1
Mesa	1
Silla	1
INSTALACIONES	CANTIDAD
Oficina de la Cooperativa	1
TIEMPO PARA EJECUTARLO	
Relanzamiento de la Marca	3 meses
Sostenimiento de la Publicidad	Permanente
Promoción en Medios Externos	Permanente
Gestión de Alianzas	Permanente

Tabla 278 Requerimientos para el Programa de Promocion y Marketing

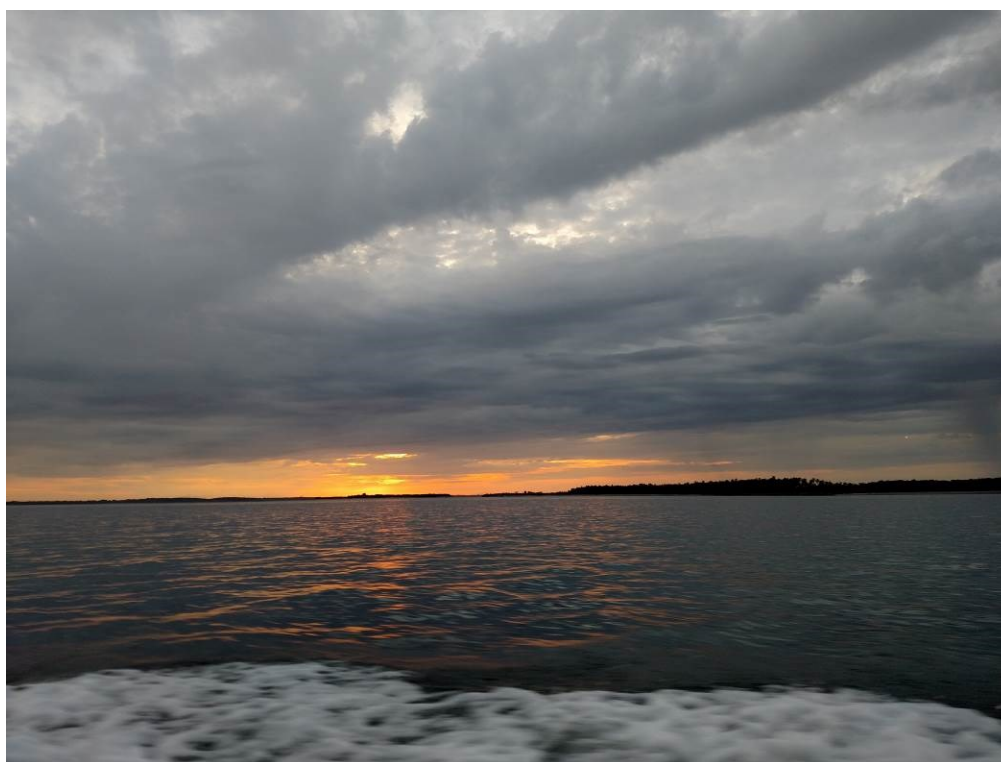


Ilustración 236 Atardecer en la Bahía de Jiquilisco

F. PROGRAMA DE GESTION DE RELACIONES Y COOPERACION

1. INTRODUCCION

El programa de gestión de relaciones y cooperación es probablemente una de las partes más importantes del Plan de Desarrollo Turístico, ya que en este se definirán las estrategias a seguir para la obtención de recursos no solo económico sino también el soporte técnico así como el apoyo por parte de instituciones públicas y privadas como son el caso de la Alcaldía de Puerto El Triunfo, Fundación Usulután, CONAMYPE, Universidades, entre otros.

El programa estará dividido en 3 vías las cuales son: Relaciones con Instituciones, Cooperación Técnica y la última vía la cual será Recursos, se debe tomar en consideración que todas las relaciones que se puedan establecer en estas 3 vías serán de utilidad para el Desarrollo Turístico de la Punta San Juan del Gozo, comenzando por el recurso financiero I dinero necesario para poder realizar las incorporaciones y mejores que conlleva el Plan de Desarrollo Turístico y es importante tener en cuenta el tipo de financiación a escoger ya que esta depende de diversos factores, tales como la urgencia para llevarlo a cabo, las exigencias de la fuente, el tiempo en el cual se estima que será posible devolver el dinero, y el volumen de recursos necesarios para la puesta en marcha asimismo los requisitos que las instituciones no bancarias piden para poder otorgar financiación por medio de donativos.

Igualmente el Programa de Financiamiento pretende dar las estrategias que se deben seguir para gestionar la financiación ya que el Plan de Desarrollo Turístico, está compuesto por diferentes programas y proyectos donde estos tienen diferentes requerimientos que involucran una inversión económica, es por ello que se realizara un desglose de las diferentes instituciones que prestan ayuda económica por medio de donaciones asimismo las instituciones bancarias que ofrecen préstamos a Cooperativas, en este programa se desglosaran también los requisitos que estas entidades requieren, se detallara una tabla al final del programa donde se colocaran los requerimientos para implementar las estrategias.

2. OBJETIVOS

Establecer las líneas de trabajo para obtener recursos monetarios para financiar los proyectos de ampliación, mejora y diversificación de productos turísticos en él, el apoyo técnico e institucional necesario para llevar a cabo el Plan de Desarrollo Turístico.

- Identificar las fuentes de financiamiento y plantear estrategias a seguir para obtener los recursos necesarios para implementar el Plan de Desarrollo Turístico.

- Plantear las estrategias para obtener ayuda técnica para capacitar al personal y mejorar los servicios brindados a los turistas y fortalecer los conocimientos del personal.
- Diseñar las estrategias para lograr cooperaciones con instituciones para garantizar la seguridad del turista y obtener apoyo respecto a la iniciativa que se desea implementar.

3. CONTENIDO

Este programa se divide en los siguientes proyectos:

- Proyecto: Recursos Financieros
- Proyecto: Apoyo Técnico
- Proyecto: Cooperaciones Institucionales

a. PROYECTO: RECURSOS DE FINANCIEROS

El proyecto de financiamiento es probablemente la parte más importante del Plan de Desarrollo Turístico, ya que en este se definirán las estrategias a seguir para la obtención del dinero necesario para poder realizar las incorporaciones y mejoras que conlleva el Plan de Desarrollo Turístico y es importante tener en cuenta el tipo de financiación a escoger ya que esta depende de diversos factores, tales como la urgencia para llevarlo a cabo, las exigencias de la fuente, el tiempo en el cual se estima que será posible devolver el dinero, y el volumen de recursos necesarios para la puesta en marcha asimismo los requisitos que las instituciones no bancarias piden para poder otorgar financiación por medio de donativos.

Igualmente el Programa de Financiamiento pretende dar las estrategias que se deben seguir para gestionar la financiación ya que el Plan de Desarrollo Turístico, está compuesto por diferentes programas y proyectos donde estos tienen diferentes requerimientos que involucran una inversión económica, es por ello que se realizara un desglose de las diferentes instituciones que prestan ayuda económica por medio de donaciones asimismo las instituciones bancarias que ofrecen préstamos a Cooperativas, en este programa se desglosaran también los requisitos que estas entidades requieren, se detallara una tabla al final del programa donde se colocaran los requerimientos para implementar las estrategias.

ESTRATEGIAS

- Identificar las instituciones que brindan apoyo por medio de donativos y otorgan créditos a las iniciativas en el sector turismo para tener una base de datos sólida de entes a quienes se pueden pedir apoyo económico o crediticio.
- Presentar un compendio del Plan de Desarrollo Turístico a las entidades que brindan apoyo al sector turismo por medio de donativos.

- Mantener la Cooperativa formalizada y llevar un registro de los estados financieros para de la misma, asimismo evaluar los lineamientos y condiciones de cada institución y cumplir los requisitos que estas piden para tener acceso al financiamiento que ofrecen.
- Participar en concursos que oferten las entidades como el Ministerio de Agricultura y Ganadería por medio del proyecto de PRODEMORO el cual brinda apoyo económico a las iniciativas de turismo.
- Presentar formularios y papelería requerida por las instituciones que proporcionan donativos o créditos en el sector turismo.
- Buscar fuentes de financiamiento con ayuda de la Fundación Usulután como ente mediador.
- Establecer relaciones con universidades como la Universidad Gerardo Barrios de Usulután la sede en San Miguel, Universidad de El Salvador, Universidad de Oriente para ofrecer pasantías en temas de turismo y afines.

A continuación se presentan dos entidades aplicables para obtener apoyo económico por medio de un préstamo asimismo se despliegan los requisitos necesario para la gestión de dicho proceso.

i. Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

El BID trabaja para mejorar la calidad de vida en América Latina y el Caribe, son la principal fuente de financiamiento para el desarrollo para América Latina y el Caribe. Ofrecen préstamos, donaciones y asistencia técnica; y realizan amplias investigaciones. Mantienen un firme compromiso con la consecución de resultados medibles y los más altos estándares de integridad, transparencia y rendición de cuentas.

Los temas actuales prioritarios del Banco incluyen tres retos de desarrollo:

1. Inclusión social e igualdad
2. Productividad e innovación
3. Integración económica.

Los préstamos pueden ser otorgados como:

- **Préstamos de Garantía Soberana:** El BID ofrece financiamiento a los gobiernos y a las instituciones controladas por el Gobierno para apoyar el desarrollo y proyectos sociales.
- **Préstamos sin Garantía Soberana:** El BID ofrece financiamiento para proyectos del sector privado que contribuyan al desarrollo.

Donde al Plan de Desarrollo Turístico le aplicaría los préstamos sin garantía soberana.

Los préstamos y garantías se pueden hacer directamente a las empresas privadas sin garantías soberanas sobre la base de fijación de precios basados en el mercado, por lo general destinadas a la infraestructura, energía, transporte, saneamiento o

comunicaciones y para el desarrollo de mercados de capital y proyectos de financiación de las exportaciones.

Para las empresas del sector privado:

- Empresas grandes
- Pequeñas y medianas empresas
- Micro y pequeñas empresas
- Negocios con la base de la pirámide
- Subvenciones con cargo al Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN)
- Para entidades de capital mixto y público

Dentro del BID se puede aplicar mediante a financiamiento crediticio por medio de la Cooperación Interamericana de Inversiones (CII) donde el procedimiento a seguir es el siguiente:

- **Corporación Interamericana de Inversiones (CII)**

La Corporación Interamericana de Inversiones (CII), un miembro del Grupo BID, es la única institución financiera multilateral que tiene un interés exclusivo en el financiamiento directo e indirecto de pequeñas y medianas empresas de América Latina y el Caribe.

Financia PYMES que sean rentables y cuyos negocios no dañen el ambiente en sectores claves, tales como la agricultura y los agro negocios, la acuicultura, turismo y la industria pesquera, los químicos y plásticos, la energía, la educación, la salud, la infraestructura, la ganadería y la industria avícola, la producción de pulpa y papel, la manufactura, las zonas de procesamiento industrial y la producción textil.

La Corporación ofrece préstamos directos a medianas empresas que oscilan entre US\$1 millón y US\$20 millones, así como también préstamos a través del Crédito FINPYME, que oscilan entre US\$100000 y US\$600000 para pequeñas empresas que buscan expandir sus ventas mediante la financiación de inversiones en capitales de trabajo, así como también en activos fijos.

Requisitos

Los proyectos deben que cumplir con ciertos criterios para poder aspirar a recibir financiamiento de la Corporación. Por consiguiente, el proyecto habrá de:

- Originarse en el sector privado, incluyendo empresas estatales
- Llevarse a cabo en un país miembro de la CII y contribuir a su desarrollo
- Demostrar viabilidad financiera y rentabilidad
- Proporcionar estados financieros auditados
- Cumplir con los estándares de la CII en el ámbito ambiental, social y corporativo

¿Listo para solicitar financiamiento?

Si su proyecto cumple con los criterios mencionados, y está listo para realizar la solicitud de financiamiento.

Ingresando a la siguiente dirección:

https://www.iic.org/es/que-ofrecemos/como-solicitar-financiamiento#.WT-gcOs1_IU

Su propuesta de negocio o plan de inversión deberá incluir la siguiente información:

1. Información de la empresa. Información sobre los propietarios y accionistas de la empresa, una descripción breve de la trayectoria de la empresa, las ventas anuales, co-prestatarios y garantes, y currículum vitae de sus gerentes.
2. Descripción detallada del proyecto y el propósito del financiamiento. Incluya una descripción del proyecto y sus objetivos, el costo total estimado del proyecto y la cantidad de financiamiento solicitado, plazo en años y período de gracia (si aplica), y un calendario estimado para la preparación y terminación del proyecto.
3. Información de mercado. Describir los productos o servicios principales de la empresa, principales proveedores, identificar los clientes y competidores más importantes, la experiencia en el sector con los hitos que sean relevantes a destacar.

Una vez complete este formulario preliminar, se le notificará si su proyecto es elegible para financiamiento de la CII. En caso se requiera mayor información para evaluar su aplicación, unos de nuestros oficiales de inversión le contactará directamente.

Ver anexo 17. Modelo del formulario que se debe rellenar para solicitar el financiamiento.

Ver anexo 18. Tasas de Interés del BID y los grupos que lo conforman.

Contacto en El Salvador:

Representante: Carmina Moreno

Dirección: Edificio WTC, piso 4, 89 Avenida Norte y Calle El Mirador, San Salvador, El Salvador.

Apartado postal: Edificio WTC, piso 4, 89 Avenida Norte y Calle El Mirador, San Salvador, El Salvador

Teléfono: (503) 2233-8900 Fax: (503) 2233-8921

Correo electrónico: BIDEISalvador@iadb.org

ii. Banco de Fomento Agropecuario (BFA)

El BFA se creó como una Institución Oficial de Crédito, descentralizada del Ministerio de Agricultura y Ganadería, en cuya dirección participan el Estado y el Sector Privado a través de las Asociaciones Cooperativas y las Sociedades Cooperativas Agropecuarias, las Asociaciones Gremiales Agropecuarias y las Asociaciones Profesionales del Sector.

El BFA tiene una línea de crédito para el sector turismo llamada Creditur.

- **Línea de Crédito Creditur:**

Objetivo:

Apoyar financieramente a micro, peques y medianos empresarios del Sector Turismo.

Sujeto de Crédito

- Personas naturales o jurídicas en categoría de riesgo .A1, A2 o B.

Destino

- Capital de trabajo ya sea en forma rotativa o decreciente.
- Capital de inversión para la compra e instalación de equipos y construcciones relacionados con la actividad del turismo.
- Complemento para la compra de inmueble.

Requisitos

Evaluación principalmente los siguientes factores:

- a. Comportamiento de pagos del solicitante o deudor en la propia institución y en el sistema financiero.
- b. Condición económica-financiera y capacidad de pago del solicitante, determinada con base en el análisis de sus estados financieros y proyecciones respectivas.
- c. Viabilidad del proyecto.
- d. Suficiencia de garantías en función de la deuda, y expectativas de realización si hubiese que hacerlas efectivas.

El elemento más importante en la evaluación del crédito lo constituirá la posibilidad de su normal recuperación, determinada básicamente por la capacidad de pago del deudor; por lo tanto, la garantía debe ser considerada como elemento subsidiario, como una segunda instancia para recuperar lo prestado.

Con propósitos indicativos se presentan a continuación las principales características y síntomas que identifican las cinco categorías de riesgo de los créditos para empresas que contempla este reglamento. La presencia de ellas puede ser total o parcial, y relativo su grado de importancia; correspondiéndole al analista del deudor ponderarlas y Estimar el nivel de riesgo implícito.

Cuando no sea posible establecer o identificar con alguna precisión el límite entre una y otra categoría, debe asignarse al deudor la categoría que a través de su respectiva reserva de saneamiento, ofrezca la mejor protección contra eventuales pérdidas.

Nivel de Riesgo

Categoría	Mora de las cuotas de Amortización del Prestamos
A1	Atrasos hasta de 7 días
A2	Atrasos hasta 30 días
B	Atrasos de hasta 60 días
C1	Atrasos de hasta 90 días
C2	Atrasos de hasta 120 días
D1	Atrasos hasta 150 días
D2	Atrasos hasta 180 días
E	Atrasos de más de 180 días

Tabla 279 Categorización del Riesgo⁴¹**Contacto**

Dirección: Kilometro 10 1/2 carretera al puerto de La Libertad, El Salvador.

Teléfono: (503) 2241-0800

Correo electrónico: webmaster@bfa.gob.sv

Ver anexo 19. Tasas de interés del BFA.

iii. Banco de Desarrollo de El Salvador (BANDESAL)

La Banca de Desarrollo es un mecanismo estratégico que tiene como propósito acompañar con recursos financieros a las políticas públicas sectoriales, que se establezcan por el gobierno, para promover el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa, las exportaciones, la generación de empleo y en consecuencia el desarrollo económico del país.

Al entrar en vigencia la Ley del Sistema Financiero para Fomento al Desarrollo, se crea el Banco de Desarrollo de El Salvador y los fondos que éste administra: Fondo de Desarrollo Económico y Fondo Salvadoreño de Garantías, enfocando sus esfuerzos en atender brechas de mercados, facilitando productos financieros que se ajusten a las necesidades empresariales, contribuyendo así a la dinamización de la economía de El Salvador.

BANDESAL cuenta con:

- **Crédito Directo:** Financia proyectos de inversión desde \$10.5 millones y ofrece financiamiento desde \$4.2 millones hasta \$21 millones de los cuales se puede financiar hasta un 50% y solicitando un aporte propio del desarrollador de hasta 20%. También actúa como facilitador y movilizador de recursos de otras

⁴¹ Superintendencia del Sistema Financiero - El Salvador

Instituciones Financieras participantes, quienes evalúan y aprueban, de manera independiente, y comparten los riesgos asociados al crédito.

- **Crédito Indirecto:** Impulsa el desarrollo competitivo de la economía salvadoreña, ofreciendo líneas de financiamiento a través de 45 Instituciones Financieras intermediarias que permitan la ejecución de proyectos productivos viables y rentables en El Salvador, enfocado principalmente en la micro pequeña y mediana empresa con plazos que van en su mayoría de mediano a largo plazo, ofreciendo 27 líneas de financiamiento.
- **Fondo de Desarrollo Económico:** Otorga créditos directos a personas empresarias de la pequeña y mediana empresa con la finalidad de promover el desarrollo de proyectos viables y rentables de los sectores productivos del país ofreciendo 36 líneas de financiamiento para proyectos de inversión en actividades productivas, para créditos de corto, mediano y largo plazo.
- **Fondo Salvadoreño de Garantías:** Facilita el acceso al crédito a micro, pequeñas y medianas empresas que, teniendo un buen proyecto, no cuentan con las garantías suficientes requeridas normalmente por las entidades financieras. El FSG sirve de colateral para disminuir el riesgo de la Intermediaria Financiera.

Se puede aplicar al Fondo Salvadoreño de Garantías para llevar a cabo el Plan de Desarrollo Turístico.

Objetivo:

Impulsar el desarrollo, la competitividad y el mejoramiento en la calidad de los servicios ofrecidos en todas las ramas del turismo salvadoreño: turismo de montaña, de playa, náutico, surf, de pesca, medico, cultural, de reuniones al ofrecer garantías a créditos que ayuden al establecimiento, ampliación y diversificación de empresas sostenibles en dicha actividad económica.

DESTINO	MONTO MÁXIMO DE GARANTÍA	PLAZO MAXIMO	COBERTURA MÁXIMA
FORMACIÓN DE CAPITAL Adquisición de maquinaria y equipo, software, transporte para turistas, entre otros	US\$125,000.00	8 años	70%

Ilustración 237 Garantía para Créditos de Turismo⁴²

Donde este se desglosa claramente por medio de la Línea de Primer Piso que mantiene BANDESAL donde se encuentra los Créditos de Reinversión donde aplicaría el sector Turismo, este tiene como objetivo proveer los recursos financieros necesarios para la

⁴² Fuente: BANDESAL

ejecución de proyectos productivos, los cuales incluyen: gastos de formación de capital y gastos corrientes o capital de trabajo como se muestra a continuación:

DESTINOS	PLAZO MÁXIMO	PERIODO DE GRACIA MÁXIMO
Adquisición o desarrollo de construcciones, instalaciones e infraestructura física.	20 años	5 años
Adquisición de terrenos asociados a proyectos productivos	20 años	5 años
Adquisición de maquinaria , equipo, gastos de internación e instalación u otros activos mobiliarios.	12 años	4 años
Capital de trabajo	4 años	1 año

Ilustración 238 Crédito de Inversión⁴³

Sujetos de Créditos:

Personas naturales o jurídicas con categoría de riesgo A1, A2 y B en el Sistema Financiero.

Nivel de Riesgo

Categoría	Mora de las cuotas de Amortización del Prestamos
A1	Atrasos hasta de 7 días
A2	Atrasos hasta 30 días
B	Atrasos de hasta 60 días
C1	Atrasos de hasta 90 días
C2	Atrasos de hasta 120 días
D1	Atrasos hasta 150 días
D2	Atrasos hasta 180 días
E	Atrasos de más de 180 días

Tabla 280 Niveles de Riesgo para BANDESAL⁴⁴

Requisitos:

- Presentar el proyecto con sus ratios financieros de recuperación de la inversión, rotación de activos y los que apliquen.

⁴³ Fuente: BANDESAL Línea de Crédito de Inversión

⁴⁴ Fuente: Sistema Financiero de El Salvador

- Presentar estados financieros (si aplica)
- Cumplir la categoría de riesgo
- Llenar la solicitud de crédito de forma física en BANDESAL
- La tasa de interés a pagar será la contemplada en los rangos de tasas de interés
- Se debe de aceptar el margen de intervención que estará sujeta a criterio de la institución intermediaria

Contacto:

Dirección: Av. Franklin Delano Roosevelt #51 Av. Sur, Edif. 2707

Dirección Oficinas Centrales: Edificio World Trade Center II, Colonia Escalón, San Salvador, El Salvador.

Teléfono: 2592-1100

Teléfono Oficinas Centrales:

Para enviar Correos Electrónicos entrar ha: <http://www.bandesal.gob.sv/contacto/>

Ver anexo 20. Tabla de Rangos de tasas de Interés de BANDESAL.

También se pueden obtener donaciones por medio de instituciones como:

Fundación interamericana (IAF)

Financiamiento de iniciativas por medio de donaciones

We Effect

Apoyo técnico y económico

BID (banco interamericano de desarrollo)

Apoyo técnico y económico

Aecid

Apoyo económico y técnico

A estos últimos se realiza una entrevista donde se presenta un informe técnico con la propuesta y posteriormente se sigue el proceso de llenar los formularios.

b. PROYECTO: APOYO TÉCNICO

El Apoyo técnico es aquel que pueden dar las diferentes instituciones como MITUR, CORSATUR, CONAMYPE, algunas instituciones como Ayuda en Acción, Fundación Usulután entre otras.

El apoyo ira dirigido a la capacitación del personal en atención a los clientes, conocimientos para ser guía de turismo, impartir talleres para aprender a realizar artesanías, bisutería, tecnificarse en gastronomía, marketing, primeros auxilios y demás. Si bien la Politur da soporte en la Seguridad turística y capacita en primeros auxilios la cooperación son ellos será abordada en las cooperación con instituciones.

ESTRATEGIAS

- Establecer relaciones con el Ministerio de Turismo mediante la incorporación en sus ferias de turismo.
- Coordinar apoyo técnico en capacitaciones a CONAMYPE y movilizar al personal hacia donde se impartan las capacitaciones.
- Reunirse con entidades que ofrecen ayuda a las iniciativas como Fundación Usulután, Ayuda en Acción.
- Reunirse con entidades que generen apoyo técnico para mantener una relación estrecha para el futuro.
- Llenar los formularios y mantener la información de la Cooperativa Punta Real al día para garantizar más apoyo técnico.

A continuación se presentan las distintas entidades que pueden dar soporte técnico así como en qué áreas específicas:

CONAMYPE

CONAMYPE tiene diversas sedes las cuales brindan soporte y ayuda donde al área de Usulután le corresponde CDMYPE UGB USULUTAN.

Este Centro de Desarrollo de Micro y Pequeñas Empresas (CDMYPE), funciona gracias a la alianza entre el Ministerio de Economía a través de la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE) y la Universidad Capitán General Gerardo Barrios de Usulután. El CDMYPE-UGB Usulután atiende micro y pequeñas empresas y, personas emprendedoras del departamento de Usulután.

- Asistencia técnica individual, grupal y asociativa en áreas de administración, producción y comercialización.
- Asesoría para la conformación de grupos asociativos y proyectos asociativos.
- Capacitación en temas de producción, administración y mercadeo.
- Información sobre los servicios financieros que proporcionan los operadores de la industria de Micro finanzas en el país.
- Asesoría y facilitación para los diferentes trámites empresariales, que son necesarios para la formalización.
- Capacitaciones en línea, mediante cursos e- learning en temas relacionados a cómo iniciar un negocio y cómo administrar una empresa.
- Información y asesoría a las micro y pequeñas empresas de los 262 municipios que deseen participar del Programa de Dotación de Paquetes Escolares.
- Vinculaciones comerciales.
- Se facilita a las MYPE su participación en ferias y enlaces comerciales que se desarrollan en las localidades, para promover y comercializar sus productos y propiciar negocios entre empresas de diferentes tamaños.

A continuación enlistamos los tipos de servicio y costo que tienen en la CDMYPE Usulután:

TIPO DE SERVICIO	COSTO
<u>Asesoría Empresarial:</u> se brinda acompañamiento integral a la persona emprendedora o empresaria para ayudarlo a resolver problemas en áreas de la empresa como: Administración, producción, mercadeo, finanzas, etc.	Servicio gratuito
<u>Asesoría en el Uso de las Tecnologías de Información y Comunicación:</u> Los empresarios y empresarias reciben apoyo para aplicar la tecnología (informática, sistemas computacionales, dispositivos electrónicos, internet, telecomunicaciones, etc.) y con ello acceder a nuevos servicios e más información, mejorar sus competencias, abrirse a nuevos mercados, entre otros.	Servicio gratuito
<u>Asesoría en Empresariedad Femenina:</u> es un proceso de acompañamiento especializado a la emprendedora o empresaria de la MYPE de subsistencia, cuenta propia, individual o asociada.	Servicio gratuito
<u>Asesoría Financiera:</u> Proceso de acompañamiento que se hace a un cliente por un periodo para desarrollar las condiciones necesarias para optar a un financiamiento para su empresa.	Servicio gratuito
<u>Asistencia técnica:</u> se ofrecen servicios técnicos en temas de gestión empresarial o temas especializados, fortaleciendo aspectos como: diseños de procesos productivos, reformulación y diversificación de productos, imagen comercial, planes de mercadeo, diseño de estrategia de promoción o publicitaria u otros que requiera la empresa.	Cofinanciado con fondos del Gobierno, debiendo aportar el empresario entre el 5 y el 20%, dependiendo de las características de la empresa.
<u>Capacitaciones:</u> Se brinda información en diferentes áreas, de manera grupal para una o varias empresas en diversos temas como: características empresariales personales, planes de negocios, técnicas efectivas de ventas, servicio al cliente y capacitaciones sobre cooperativismo y emprendedurismo, etc.	Servicio gratuito

Tabla 281 CONAMYPE y su Soporte Técnico

Ubicación del Centro

- Dirección: Km. 113 carretera Litoral, desvío de Santa María, Usulután, El Salvador
C.A. Persona de contacto: Merlyn Yajaira Torres Teléfono: 2632-1527 Email: cdmype@ugb.edu.sv

AYUDA EN ACCION

¿Cómo trabaja Ayuda en Acción?

1. Identificamos un lugar donde viven personas con necesidades comunes.
2. Buscamos una organización local para trabajar conjuntamente.
3. Hacemos una planificación de las acciones que realizaremos en la comunidad.
4. Durante 12 años colaboramos con las autoridades locales para poner en marcha estos planes.
5. Medimos y evaluamos el trabajo hasta que se consiguen los objetivos en áreas como la educación, la salud o la generación de recursos económicos y que las iniciativas sean auto sostenibles.

Requisitos para recibir apoyo de Ayuda en Acción.

- Ser familias que estén en el programa de Ayuda en Acción.
- Beneficio para las familias de la comunidad donde se realiza la iniciativa o proyecto.
- La comunidad pertenezca al marco de acción de Ayuda en Acción, estar en el área de cobertura de Ayuda en Acción, en la Bahía de Jiquilisco, Ayuda en Acción ofrece ayuda a toda la Península San Juan del Gozo, además de la Isla Espíritu Santo y la comunidad El Jagual.
- Mínimo 8 personas que pertenezcan a 8 familias de la zona para recibir ayuda.

Ayuda técnica

- Apoyo económico a las iniciativas de turismo
- Capacitaciones (áreas de artesanías, bisuterías, huertos sostenibles, técnicas de reciclaje, técnicas eco amigables)
- Proporciona herramientas y conocimientos.

PRODEMORO

Líneas Estratégicas de Acción

Para dar respuesta a esos factores, el diseño del MAG-PRODEMORO incluye tres líneas estratégicas de acción:

1. Fortalecimiento del capital humano y social cuyas acciones incluyen:

- Programas de capacitaciones para usuarios
- Formación de jóvenes emprendedores
- Fortalecimiento de Organizaciones Económicas
- Creación de nuevas organizaciones económicas
- Desarrollo de nuevos modelos modernos de organización; y
- Comunicación social

2. Transformación de las actividades económicas de subsistencia y no agrícolas actuales para negocios rurales rentables orientados al mercado; este componente comprende:

- Identificación y consolidación de Negocios Rurales
- Servicios de Asistencia Técnica
- Financiamiento de negocios rurales

3. Rehabilitación de las áreas geográficas ambientalmente deterioradas y el establecimiento de un sistema sostenible de uso y manejo de los recursos naturales; las actividades se dirigen a:

- La promoción y difusión de los recursos naturales por medio de intercambio de experiencias y divulgación de información
- Iniciar el proceso de la asistencia técnica y de la educación ambiental de los beneficiarios

También existen instituciones como a las cuales se les debe visita para obtener los requisitos y formularios a llenar para obtener su ayuda.

We Effect

Apoyo técnico y económico

AECID

Apoyo económico y técnico

REQUERIMIENTOS PARA EL PROYECTO DE FINANCIAMIENTO

N°	REQUERIMIENTOS	CANTIDAD	UNIDAD
1	Representaciones en las diferentes instituciones	1	----
2	Material de oficina (papel, engrapadora, folders, fastener entre otros.)	----	----
3	Computadora	1	unidad
4	Impresora	1	unidad
5	Tinta negra y de colores	1	Set de 4 unidades

Tabla 282 Requerimientos para el Programa de Financiamiento

c. PROYECTO: COOPERACIONES INSTITUCIONALES

Las relaciones institucionales siempre dan soporte a las iniciativas turística ya que es importante que de forma indirecta hagan que la experiencia de los turistas sea más agradable entre las Cooperaciones Institucionales que se deben sostener son:

- La Policía Nacional Civil – División POLITUR
- Alcaldía de Puerto El Triunfo
- Fuerza Naval Puerto El Triunfo

En aspectos de relaciones con la Policía Nacional Civil cabe destacar lo siguiente la Institución como tal ya tienen estrategias para mantener los niveles de violencia, y de esta manera exista un ambiente que nos sea hostil, y seguro para los turistas.

Las estrategias que se elaboraran en la posibilidad de que el plan de gobierno central y de la municipalidad lo permita, cabe mencionar que el programa no incluye la contratación de seguridad privada, solamente incluye estrategias para fortalecer y mantener la seguridad de la zona, referente a la delincuencia tal es el caso de hurtos, robos niveles de homicidios en la zona.

ESTRATEGIAS RESPECTO A LA POLICIA NACIONAL CIVIL

- Participar las capacitaciones que brinda la Policía Nacional Civil en materia de seguridad turística.
- Informar sobre eventos que se presenten en la zona como son hurtos, robos, asesinatos, desapariciones de parte de los turistas como habitantes de la zona.
- Gestionar números de enlace con la división de la Policía Rural que tiene permanencia en Corral de Mulas I.
- Gestionar con la POLITUR apoyo en eventos turísticos en la Punta San Juan del Gozo.
- Gestionar capacitaciones con la POLITUR en primeros auxilios para una porción del personal operativo del Centro Ecoturístico.
- Monitorear las alertas que emiten las instituciones relacionadas al control del clima.

ESTRATEGIAS RESPECTO A LA ALCALDIA DE PUERTO EL TRIUNFO

- Establecer relaciones con la Alcaldía para organizar eventos deportivos que estimulen el turismo en el Municipio.
- Organizar campañas de limpieza con apoyo de la Alcaldía anualmente.
- Participar en el Festival del Curil que organiza la Alcaldía anualmente.

- Participar de todas las actividades de promoción turística de la zona que ofrece la Alcaldía.
- Gestionar permisos de señalización turística que promocióne la Punta San Juan del Gozo.

ESTRATEGIAS RESPECTO A LA FUERZA NAVAL

- Establecer relaciones de apoyo con la fuerza naval de Puerto El Triunfo para recibir asistencia en momentos de catastro o emergencia.
- Crear una comunicación directa con el capitán de la Fuerza Naval que opere en la zona para recibir apoyo de mantenimiento de equipo, alquiler equipo como lanchas y guardacostas.
- Apoyar actividades que promueva la fuerza naval de Puerto El Triunfo y que estén relacionados al turismo.

A continuación se presenta información sobre la Policía Nacional Civil y los servicios que estos brindan bajo la División de la Politur.

Policía Nacional Civil (PNC)

La Policía Nacional Civil (PNC) es el organismo estatal que se encarga de velar por la seguridad pública en el territorio salvadoreño. De acuerdo al artículo 159 de la Constitución de El Salvador, la PNC tiene a su cargo las funciones de policía urbana y rural y tiene la obligación de garantizar el orden, la seguridad y la tranquilidad pública en todo el territorio nacional.

Ver anexo 21. Plan Estratégico Institucional.

Policía de Turismo (POLITUR)

La Policía Nacional Civil, a través de su División especializada en Turismo (POLITUR), brinda seguridad, asistencia y orientación a los turistas; así como la protección del patrimonio cultural y turístico de El Salvador.

Servicios que ofrece:

- Escoltas a turistas.
- Asistencia a guías turísticos locales.
- Inducción turística en centros educativos.
- Capacitación en seguridad turística.
- Seguridad en eventos turísticos nacionales.
- Seguridad en circuitos turísticos
- Capacitacion en primeros auxilios

4. REQUERIMIENTOS PARA EL PROGRAMA DE GESTION DE RELACIONES Y COOPERACION

RECURSO HUMANO		CANTIDAD
Emisarios para realizar las diferentes visitas de Cooperación		2
MATERIALES		CANTIDAD
Resmas de papel		2
Artículos de oficina (lapiceros, engrapadora, fólderes, fasteners)		1
MOBILIARIO Y EQUIPO		CANTIDAD
Computadora		1
Punto de Acceso de Internet		1
Impresora		1
Mesa		1
Silla		1
INSTALACIONES		CANTIDAD
Oficina de la Cooperativa		1
TIEMPO PARA EJECUTARLO		
Proyecto: Recursos Financieros		6 meses
Proyecto: Apoyo Técnico		Permanente
Proyecto: Apoyo Institucional		Permanente

Tabla 283 Requerimientos para el Programa de Gestion de Relaciones y Cooperacion



Ilustración 239 Pescadores de la zona

G. PROGRAMA CALIDAD TURISTICA Y SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

1. INTRODUCCION

Para lograr la calidad es necesario que toda empresa sea de servicio o de manufactura este orientada a la satisfacción del cliente. Es por ello que el siguiente programa incluye el diseño de un sistema de Gestión de la Calidad Turística el cual incluye todos los aspectos necesarios para su correcto funcionamiento y los instrumentos para la recolección de información.

También incluye una propuesta de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), enfocadas en la elaboración de alimentos donde se proponen recomendaciones, así como el diseño de instrumentos de control. Asimismo se abordan las buenas prácticas de turismo, la seguridad turística para asegurar que el turismo no sufra percances, también se abordan proyectos de expansión del uso de energía solar para mejorar la capacidad actual y finalmente se diseñan los proyectos del uso de una compostera casera y el diseño de un huerto casero.

Por último se colocaran los requerimientos que tiene el programa para poder llevarse a cabo, requerimientos de materiales, recurso humano, mobiliario y equipo y el tiempo en que se llevara a cabo el mismo.

2. OBJETIVOS

- Diseñar un sistema de Gestión de la Calidad Turística, esto con el fin de poder controlar y mejorar continuamente la calidad turística.
- Establecer las estrategias a seguir para mejorar la seguridad turística para asegurar que los turistas realicen sus actividades sin ningún percance.
- Elaborar una propuesta de Buenas Prácticas en la Elaboración de Alimentos, esto con el fin de brindar alimentos inocuos y libres de cualquier agente que pueda ocasionar daños a la salud.
- Plantear las buenas prácticas de turismo que se pueden aplicar a las instalaciones de Punta Real para minimizar los impactos negativos de la actividad turística en la zona.
- Plantear la forma de aumentar la capacidad de energía solar que tienen actualmente para que estas puedan abastecer todas las instalaciones en general.
- Diseñar una compostera casera que sirva para reciclar los residuos naturales y de esta forma contribuir a las prácticas que sean amigables al medio ambiente.
- Diseñar un huerto casero que permita la Plantación de algunos vegetales para abastecer al restaurante, bar, estación de bocadillos del Centro Ecoturístico y minimizar las compras de vegetales.

3. CONTENIDO

El programa está dividido 7 en proyectos los cuales son:

- Proyecto: Sistema de Gestión de la Calidad
- Proyecto: Seguridad Turística
- Proyecto: Buenas Prácticas de Manufactura en Alimentos
- Proyecto: Implementación de Buenas Practicas de Turismo
- Proyecto: Expansión de Uso de Energia Solar
- Proyecto: Diseño de Compost Casero
- Proyecto: Diseño de Huerto Casero

a. PROYECTO: SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD

Un Sistema de Gestión de Calidad es una herramienta que le permite a cualquier organización planear, ejecutar y controlar las actividades necesarias para asegurar una atención de calidad para el cliente.

Para ello se debe nombrar un comité de calidad turística la cual debe estar conformado como mínimo por un responsable de calidad o coordinador de calidad y por un miembro del personal operativo.

Para la implementación de un Sistema de Gestión de la Calidad se debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

- **Documentación**

Para asegurar el funcionamiento óptimo del Sistema de Gestión de la Calidad se debe documentar todo lo relacionado al sistema de calidad, como instrumentos de calidad, evaluaciones, procedimientos, objetivos y políticas. Se debe tener en cuenta los objetivos y políticas de calidad. Se debe documentar todos los cambios desarrollados en el sistema y de las mejoras de este vaya teniendo en el transcurso de prestación del servicio.

- **Responsabilidad de la dirección**

La dirección debe mostrar un compromiso y evidencia con la implementación y desarrollo del Sistema de Gestión de Calidad, así como el mejoramiento continuo de este. Debe comunicar al personal de la importancia de satisfacer las expectativas de los clientes. La dirección debe establecer las políticas y objetivos de calidad, llevar a cabo revisiones dos veces al año, además de asegurar los recursos necesarios para el funcionamiento del Sistema de Gestión de Calidad.

- **Política de calidad**

Para brindar servicios turísticos de calidad que satisfagan las necesidades y requerimientos de los clientes, buscando la mejora continua en la realización de los servicios, es necesario contar con políticas, las cuales se presentan a continuación:

- La empresa debe brindar en su totalidad todos los productos o servicios ofrecidos a los clientes, en el caso de no poseer algún servicio o producto, se debe ofrecer algún otro servicio o producto con descuento.
- Cuando los productos solicitados no sean los pedidos por los clientes, se debe llevar el producto solicitado además de una compensación, la cual puede ser el ofrecimiento de un producto sin ningún costo.
- Atender y responder a las solicitudes de los clientes lo más rápidamente posible.
- En caso de queja de algún cliente, atenderla y resolverla lo más rápidamente posible y compensarle con algún producto sin ningún costo.

- **Planificación**

Se debe determinar y planificar procesos y definir las funciones necesarias para proporcionar servicios que puedan continuar satisfaciendo las necesidades y expectativas de los clientes y de otras partes interesadas, también incluye la verificación, validación, seguimiento e inspección cuando fuere necesario.

Además la planificación incluye identificar aquellos aspectos para brindar servicios de calidad para satisfacer las expectativas de los clientes.

- **Instrumentos**

Encuesta de satisfacción al cliente

Este método se basa en realizar encuestas a los clientes que adquieren el servicio mediante cuestionarios cortos, seleccionados a partir de criterios objetivos, que nos permite obtener la opinión de los clientes acerca del servicio que han adquirido.

Dimensiones del servicio de calidad

Para saber si el servicio que se brinda es muy bien percibido por los clientes, es necesario medir que tan satisfecho el cliente se siente con el servicio adquirido. Es por ello que para elaborar la encuesta se tendrá en cuenta las 5 dimensiones del servicio de calidad.



Ilustración 240 Sistema de Gestión de la Calidad

A continuación se presenta el cuestionario para la encuesta a los clientes:

Encuesta a los clientes					
Fecha: ___/___/___					
Marque con una X, su nivel de satisfacción al frente de cada pregunta	Muy satisfecho	Satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho	No aplica
¿Las instalaciones se observaban visualmente atractivos?					
¿La apariencia de los empleados era limpia?					
¿Los materiales de comunicación (menús, brochures, etc.) son visualmente atractivos?					
¿Se realizan los procesos de prestación de servicios en el tiempo promedio?					
¿Al presentarse un problema, hay un sincero interés en resolverlo?					
¿Los empleados realizan bien el servicio la primera vez?					
¿Se atienden a tiempo las quejas y reclamos?					
¿Le brindaron todos los servicios prometidos?					
¿Le informaron cuándo le serian ofrecidos los servicios que adquirió?					
¿Le comunicaron los horarios exactos del servicio?					
¿Los empleados le ofrecieron un servicio rápido?					
¿Los empleados estaban dispuestos a resolver todas sus peticiones?					
¿Los empleados respondieron a sus preguntas de manera oportuna?					
¿El comportamiento de los empleados le transmitió confianza?					
¿Cómo cliente, se sintió seguro de las transacciones realizadas por los empleados?					
¿Los empleados fueron siempre amables?					
¿Los empleados tienen conocimiento y respondieron correctamente a todas sus preguntas?					
¿La empresa ofrece servicios adicionales?					
¿Los empleados le ofrecieron una atención personalizada?					
¿La empresa se preocupa por los intereses de los clientes?					
¿Los empleados le atendieron con el máximo interés?					
¿Sus intereses como cliente fueron prioridad?					

Tabla 284 Encuesta de Satisfacción para el Cliente

Lista de chequeo de Instalaciones

Encargado: _____ Fecha: __/__/____

Elemento	Condición en que se encuentra		
	Malo	Regular	Bueno
Restaurante			
Ranchos Sombrilleros			
Ranchos Hamaqueros			
Estación de boquitas y bebidas			
Muelle			
Piscina			
Área de juegos para niños			
Estación de raspados			
Centro de interpretación ambiental			
Senderos			
Área de descanso			
Cancha de futbol playa			
Cocina			

Hallazgos importantes:

Observaciones:

Firma del encargado

- **Programación del Mantenimiento de las Instalaciones**

A continuación se presenta una programación para el mantenimiento de las instalaciones del Centro Ecoturístico Punta Real, tanto para las instalaciones actuales y nuevas instalaciones:

Instalaciones	Descripción	Frecuencia
Áreas verdes	Se debe podar las áreas verdes y limpiarlas de la maleza.	12 veces al año (cada mes)
Gradas	Las gradas como están hechas de madera, por las condiciones climatológicas y uso, es necesario darles manteniendo y tenerla en óptimas condiciones	6 veces al año (cada 2 meses)
Piscina	Se le debe dar mantenimiento a la piscina, esto incluye limpieza y también agregarle pintura para piscina	Cada 3 meses.
Sanitarios	Se debe dar mantenimiento a los sanitarios, y tenerlos en perfectas condiciones, esto incluye limpieza, reparación del sistema de vaciado de tanque y pintura para las paredes. También la reparación de puertas.	Cada 3 meses
Bungalows	Fumigación y reparación si es necesario	12 veces al año (1 vez al mes)
Rancho (restaurante)	Fumigación y reparación si es necesario	Cada 3 meses
Cocina	Fumigación y reparación si es necesario	12 veces al año (1 vez al mes)
Estación de Bar	Fumigación y reparación si es necesario	12 veces al año (1 vez al mes)
Estación de boquitas y bebidas	Fumigación y reparación si es necesario	12 veces al año (1 vez al mes)
Estación de raspados	Fumigación y reparación si es necesario	12 veces al año (1 vez al mes)
Centro de Interpretación Ambiental	Fumigación y reparación si es necesario	Cada 3 meses
Área de descanso	Fumigación y reparación si es necesario	Cada 3 meses
Área de Spa	Fumigación y reparación si es necesario	Cada 3 meses
Muelle	Fumigación y reparación si es necesario	Cada 3 meses

Tabla 285 Programa de mantenimiento

- **Evaluaciones**

Para un eficiente funcionamiento del Sistema de Gestión de la Calidad, es necesario evaluarlo constantemente, y de esta manera poder identificar errores y llevar a cabo acciones correctivas. El comité de calidad debe realizar estas evaluaciones pertinentes para mantener el sistema funcionando de manera óptima y brindar una atención de calidad al cliente.

Para las evaluaciones se deben realizar encuestas de satisfacción al cliente, de esta manera se obtendrá la opinión de los clientes quienes han adquirido los servicios y productos brindados por la empresa. Además se deben llevar a cabo lista de chequeo de las instalaciones para verificar que estén en buenas condiciones, también lista de chequeos para los servicios turísticos.

Instrumento	Frecuencia de evaluación	Cantidad
Encuesta de satisfacción al cliente	12 veces al año (1 vez al mes)	Mínimo 10 encuestas
Lista de chequeo de instalaciones	12 veces al año (1 vez al mes)	1 lista de chequeo
Lista de chequeo de equipo para deportes acuáticos	12 veces al año (1 vez al mes)	1 por cada equipo de deporte acuático

Tabla 286 Frecuencia de Evaluaciones

b. PROYECTO: SEGURIDAD TURÍSTICA

La seguridad turística se son aquellas acciones encaminadas a la protección de la vida, la salud, la integridad física, psicológica y económica de los visitantes, prestadores de servicios y miembros de las comunidades receptoras.

Algunos riesgos en la planta turística:

- **Caídas:** puede suceder debido a un mal paso de los turistas cuando circula por las escaleras o cambios de nivel del suelo. Entre los efectos puede ser de un leve golpe hasta sufrir una fractura.
- **Intoxicación:** Se puede ocasionar por el consumo de algún alimento contaminado o alguna sustancia no tolerable por el cuerpo humano.
- **Quemaduras:** es ocasionada por la exposición de alguna parte del cuerpo a una sustancia caliente u objeto caliente, ocasionando quemaduras de diferente grado de gravedad.
- **Ahogamiento:** comúnmente se da en los destinos con turismo de sol y playa, por el ingreso del turista a la playa, laguna o mar sin habilidades de natación, o en

condiciones no aptas para practicar el tipo de turismo de sol y playa. También se da por ingerir algún tipo de sustancia o alimento de manera incorrecta.

- **Incendio:** esto se puede ocasionar por fogatas, o cerillos de cigarrillos dentro de la vegetación.

A continuación se planteara cada una de las estrategias:

- **Estrategia: primeros auxilios**

El Centro Ecoturístico Punta Real debe tener personal que atienda cualquier emergencia que se presente, en especial cuando la demanda de turistas es alta. La seguridad de los turistas es primordial cuando estos se encuentran en un destino turístico. Cualquier destino turístico debe contar con un botiquín de primeros auxilios y tener siempre a alguien capacitado en primeros auxilios.

Botiquín de primeros auxilios

El botiquín es un elemento destinado a contener los medicamentos y utensilios indispensables para brindar los primeros auxilios o para tratar dolencias comunes.

En cada botiquín incluya los siguientes elementos:

- Manual de primeros auxilios
- Gasa estéril
- Esparadrapo (cinta adhesiva)
- Vendas adhesivas de distintos tamaños
- Vendas elásticas
- Toallitas antisépticas
- Jabón
- Crema antibiótica (pomada de antibiótico triple)
- Solución antiséptica (como peróxido de hidrógeno)
- Crema de hidrocortisona (al 1%)
- Acetaminofén (paracetamol) (como Tylenol) e ibuprofeno (como Advil o Motrin) los medicamentos habituales de venta con receta médica
- Pinzas
- Tijeras afiladas
- Imperdibles (alfileres de gancho)
- Bolsas de frío instantáneo desechables
- Loción de calamina
- toallitas impregnadas de alcohol
- Un termómetro
- Guantes de plástico (por lo menos 2 pares)
- Una linterna con pilas de repuesto
- Una mascarilla de reanimación cardiopulmonar
- Su lista de teléfonos de emergencia

Estrategia prevención de riesgos

Un incendio es una ocurrencia de fuego no controlada que puede afectar o abrasar algo que no está destinado a quemarse. Puede afectar a estructuras y a seres vivos. La exposición de los seres vivos a un incendio puede producir daños muy graves hasta la muerte, generalmente por inhalación de humo o por desvanecimiento producido por la intoxicación y posteriormente quemaduras graves.

Medidas para prevención de incendios

- No sobrecargues los enchufes.
- No fumar en lugares no habilitados ni dentro de la vegetación
- Evitar hacer fogata dentro de la vegetación
- Revisar constantemente los equipos e instalaciones eléctricas en busca de cualquier anomalía que pueda ocasionar una chispa o incendio.
- Se debe contar con extintores en lugares visibles y fácil acceso.
- No usar mangas largas cuando se cocina, o arremangarse
- No almacenar combustibles o sustancias inflamables en lugares no seguros.
- Se debe inspeccionar las instalaciones en busca de posibles lugares con riesgos de caídas o quemaduras, posteriormente se deben aplicar las medidas necesarias para mitigar o erradicar el riesgo.
- Se deben poner en práctica las Buenas Prácticas de Manufactura en la elaboración de alimentos, y de esta manera evitar la contaminación de los alimentos.
- Se debe concientizar a los turistas de la manera correcta de disfrutar de los atractivos de playa, laguna o mar, para evitar algún accidente.
- Se debe tener un panel de información sobre que no se debe hacer cuando se ingresa al mar, laguna o piscina.
- Señalización en los lugares con alto riesgo de ahogamiento, objetos calientes y riesgo de caída.

Extintor

Es un artefacto que sirve para apagar fuegos. Consiste en un recipiente metálico (bombona o cilindro de acero) que contiene un agente extintor de incendios a presión, de modo que al abrir una válvula el agente sale por una boquilla (a veces situada en el extremo de una manguera) que se debe dirigir a la base del fuego. Generalmente tienen un dispositivo para prevención de activado accidental, el cual debe ser deshabilitado antes de emplear el artefacto.

De forma más concreta se podría definir un extintor como un aparato autónomo, diseñado como un cilindro, que puede ser desplazado por una sola persona y que usando un mecanismo de impulsión bajo presión de un gas o presión mecánica, lanza un agente extintor hacia la base del fuego, para lograr extinguirlo.

- **Estrategia: seguridad de las instalaciones y equipo**

Para mantener la seguridad turística es necesario tener un programa de inspección de instalaciones y equipo, cabe mencionar que en este apartado está enfocado en la busca de alguna anomalía que pueda ocasionar algún percance al turista.

Programacion de la inspección de instalaciones y equipo

Se inspeccionaran todas las instalaciones al que el turista tenga acceso y a las que no, además se inspeccionaran todos los equipos eléctricos y equipo de protección personal.

PROGRAMACION DE LA INSPECCIÓN		
Instalaciones	Equipos eléctrico	Equipo de protección personal
Inspección 12 veces al año	Inspecciones cada mes en temporada baja y en los meses de temporada alta cada dos semanas.	Cada dos semanas en temporada baja, y cada semana en temporada alta.

Tabla 287 Programacion de la Inspección

Para la inspección de las instalaciones se realizara por medio del siguiente formato de inspección:

FORMATO DE INSPECCIÓN

Encargado: _____ Fecha: __/__/__

Nombre del equipo: _____

Condición		
Bueno	Regular	Malo

Necesita repuesto: SI NO

Firma del encargado

Firma del encargado de
Equipo de deporte acuático

c. PROYECTO: BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA EN ALIMENTOS

Las Buenas Prácticas de Manufactura en Alimentos son un conjunto de procedimientos, principios y recomendaciones técnicas que se aplican al procesamiento de alimentos para garantizar su inocuidad y para evitar su adulteración.

Requisitos para BPM en la Elaboración de Alimentos

Para la implementación de Buenas Prácticas de Manufactura se deben considerar los siguientes aspectos:

- **Instalaciones y áreas de trabajo**

Para ello se consideraran los siguientes aspectos:

- a) Alrededor de las instalaciones donde se elaboran los alimentos

Para evitar la presencia de contaminación por cualquier tipo de fuente (polvo, insectos y animales salvajes); se deben proteger los alrededores de las instalaciones donde se elaboran los alimentos.

Recomendaciones para evitar contaminación en los alrededores de las instalaciones:

- Colocar tela metálica o malla en ventanas y puertas para evitar el ingreso de insectos.
- Mantener una buena iluminación en el lugar donde se elaboran los alimentos.
- Se debe mantener las instalaciones libres de acumulaciones de materiales y equipos, basura, desperdicios y cualquier otro material que pueda contaminar el alguna parte de proceso de elaboración de alimentos.
- Mantener un sistema de drenajes adecuados para evitar que contribuyan a la contaminación de los alimentos por medio de filtraciones.
- Operar de forma adecuada el tratamiento de desperdicios y su disposición, de manera que estos no contribuyan a la contaminación en las áreas donde los productos.

- b) Instalaciones físicas del área de elaboración y almacenamiento

Por lo general, el no contar con ambientes apropiados que permitan un flujo continuo y una buena maniobra entre hombre-máquina, lleva consigo pérdidas de tiempo, malas prácticas higiénicas, no cumplir con el pedido a tiempo y puede dar lugar a confundir los productos. A continuación se presentan algunas recomendaciones a considerar para la adecuación de áreas de trabajo y distribución de ambientes:

- Se recomienda tomar encuesta que el flujo de las operaciones de procesamiento de los alimentos (desde las materias primas, pasando por la manipulación que ejercen las personas hasta obtener el producto terminado), de preferencia que sea en línea recta, de preferencia continua, y que siempre sea hacia adelante.
- La distribución de ambientes debe contar con espacios suficiente para:
 - La llegada de materia prima.
 - Una sala para descarga y pesado de productos.

- Una sala destinada para el procesamiento de los alimentos.
- Condiciones de almacenamiento de materias primas.
- Servicios de baño para los empleados.
- Área de vestidores para los empleados
- Un área exclusiva para disponer los desechos o basura que produzca el lugar donde se elaboran los alimentos.

Medidas higiénicas

• Instalaciones sanitarias

El área de elaboración de alimentos debe contar con instalaciones sanitarias limpias y en buen estado, con ventilación hacia el exterior provista de papel higiénico, jabón, dispositivo para secado de mano, basurero, además poseerán los siguientes equipos

- Inodoros: los cuales se colocan 1 por cada 20 trabajadores.
- Lavamanos: 1 por cada 25 trabajadores.

• Lavamanos

El uso de lavamanos es obligatorio, dado que las manos de los manipuladores de alimentos, son la mayor fuente de contaminación. Es por ello que se recomienda lavarse las manos constantemente, después de tocarse la nariz, y otras partes del cuerpo.

Las instalaciones para lavarse las manos deben:

- Disponer de medios adecuados y en buen estado para lavarse y secarse las manos.
- El jabón debe ser líquido, antibacterial y estar colocados en su correspondiente dispensador.
- Proveer de toallas de papel o secadores de aire y rótulos que indiquen al trabajador como lavarse las manos.

Recomendaciones

- Las instalaciones y el equipo deben mantenerse en un estado adecuado de limpieza y desinfección. Debe existir un programa escrito de limpieza y desinfección.
- Se debe tener cuidado durante la limpieza de no generar polvo o salpicaduras que puedan contaminar los productos.

• Control de plagas

Una de las mayores amenazas a las que se enfrenta la industria de alimentos es la contaminación provocada por animales, tales como: moscas, ratas, cucarachas, en algunos casos aves que anidan en los alrededores o en los techos.

Recomendaciones

- El edificio donde se elaboran los alimentos debe contar con barreras físicas que impidan el ingreso de plagas.
- Las instalaciones se deben inspeccionarse periódicamente y llevar un control escrito para disminuir riesgos de contaminación por plagas.

- **Los equipos y utensilios**

Para la elaboración de alimentos es necesario utilizar utensilios y equipo de acero inoxidable 304 y en caso de frutas muy acidas acero inoxidable 316.

Recomendaciones

- El equipo y utensilios deben estar diseñados de tal manera que se evita la contaminación del alimento y facilite su limpieza.
- Funcionar de conformidad con el uso al que está destinado.
- Ser de material no absorbente, ni corrosivo, resistente a las operaciones repetidas de desinfección.
- No transferir al producto material o sustancias toxicas, olores ni sabores.
- Debe existir un programa de mantenimiento preventivo, a fin de asegurar el registro de reparaciones y condiciones.

- **El personal y su capacitación**

En toda industria de alimentos todos los empleados que se dedican a la elaboración de alimentos deben velar por un manejo adecuado de alimentos y mantener un buen aseo personal que garantice la producción de alimentos inocuos.

El personal involucrado en la manipulación de alimentos debe ser previamente capacitado en BPM. Se sugieren los temas enfocados y orientados con la ecología microbiana:

- Los diez patógenos más importantes
- Manipulación higiénica de los alimentos frescos.
- El control de plagas y su relación con las enfermedades transmitidas por alimentos.
- Principios básicos de limpieza y desinfección en la industria alimentaria.
- Intoxicaciones alimentarias.
- Almacenamiento de los alimentos.
- Enfermedades transmitidas por los alimentos contaminados.

Instrumentos: A continuación se presentan los instrumentos a utilizar para garantizar las buenas prácticas de manufactura de alimentos.

- **Control de registro de ingredientes**

Encargado: _____ Fecha: __/__/__

Fecha	Nombre del ingrediente	Cantidad	Proveedor	Teléfono	Fecha de vencimiento	Observaciones

Tabla 288 Control de Registro de Ingredientes

- **Análisis de Peligros**

Encargado: _____ Fecha: __/__/__

Ingredientes/ etapas del proceso	Peligros	Justificación	Severidad	Riesgo	Medidas preventivas

Tabla 289 Análisis de Peligros

d. PROYECTO: IMPLEMENTACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO

Las buenas prácticas en turismo son una herramienta que facilita a las iniciativas comunitarias adoptar acciones concretas que les permitan orientar su gestión hacia la práctica de un turismo sostenible.

La implementación de Buenas Prácticas de Turismo abarca los factores que se muestran a continuación:



Ilustración 241 Buenas Practica de Turismo

Factores Aplicables Al Centro Ecoturístico Punta Real:

Calidad de atención al turista

- **Definir reglas:** Se debe pedir al turista respeto a las personas, a los bienes, respetos de las horas de reposo, cuidado de los objetos, cuidado y precaución con el material naturaleza, el patrimonio cultural y animales.
- **Comida y venta de productos de las iniciativas:** Se debe tomar en cuenta las normas sanitarias vigentes. La información sobre las autorizaciones necesarias y reglamentos en curso que deben obtenerse en la municipalidad, servicios de salud y medio ambiente.
- **Las comidas:**
 - ✓ Se debe preferir la calidad del producto fresco a la del producto en conserva o congelado.
 - ✓ El estilo de cocina debe ser nacional para no cometer errores elaborando platillos internacionales. Es conveniente proponer a la venta algunos productos elaborados por las iniciativas.
- **Alojamiento:** Se debe conservar el carácter rural antiguo, respetando el estilo del lugar. Deben respetarse los colores, la armonía de las formas, el entorno.
- **Animaciones:** Es importante estar informado sobre las posibilidades de animación que pueden existir en las comunidades o en las proximidades del lugar de estadía.
- **Calidad regional:** La calidad turística de una región o municipio se caracteriza por su aptitud para crear y desarrollar un ambiente agradable, junto a la posibilidad de realizar actividades recreativas poco usuales para los visitantes.

Vegetación

Para mantener una buena vegetación en la zona donde se desarrolla el producto turístico de la iniciativa, es importante tomar en cuenta lo siguiente:

- Capacitar al personal sobre el buen uso de los recursos naturales.
- Establecer un programa de revisión y mantenimiento de áreas naturales para verificar que la vegetación de la zona se encuentre en las mejores condiciones.
- Un uso adecuado del fuego en áreas protegidas como en otros espacios forestales para evitar dañar seriamente el ecosistema.
- No talar deliberada árboles para la construcción porque genera deforestación.
- Realizar siembra de árboles para enriquecer las áreas naturales o compensar las que se han utilizado.

Consumo de energía

Qué hacer para hacer un buen consumo de energía:

- Sensibilizar y capacitar al personal para reducir el consumo de energía.
- Colocar anuncios en zonas claves para apagar luces innecesarias.
- Utilizar en la medida de lo posible sistemas solares de energía.
- Elaborar registros para consumo mensual de electricidad, listas de verificación, de operativos y/o de mantenimiento, para tomar medidas que ayuden a disminuir el consumo de energía.
- Colocar láminas transparentes en los techos para aprovechar la luz solar durante el día.

Manejo de residuos

La basura es uno de los principales problemas en la actividad turística. Su acumulación da un aspecto desagradable y es un riesgo para la salud y el ambiente. Lo más importante es disminuir la basura y separarla para facilitar su reutilización.

Que hacer para combatirlo:

- Gestionar la basura mediante su recogida selectiva con diferentes recipientes diferenciados por colores y carteleras, que estén colocados en zonas claves al uso de todos.
- Informar a los turistas sobre la forma de separar la basura. Colocar anuncios o informar a través del personal.
- Imprimir sólo lo necesario y reutilizar el papel usado por una cara para fax, anotaciones, libretas de apuntes, etc.
- Colocar anuncios que incentiven a los turistas a botar la basura en los lugares correspondientes.
- Colocar los recipientes de basura en zonas visibles y en cantidades moderadas para no opacar el atractivo del lugar.

Áreas protegidas y sitios arqueológicos

Las Áreas Naturales Protegidas son lugares especiales donde se protegen y conservan especies, recursos genéticos y culturales, y la vida en general. Los sitios arqueológicos nos ayudan a conocer nuestro pasado y a conocernos a nosotros mismos.

Que hacer para protegerlos:

- Denunciar los atentados contra los recursos naturales y culturales.
- Proporcionar información para evitar el impacto social, seguridad, zonas de riesgo y otros.
- Destinar un porcentaje de los ingresos para proyectos de conservación y la revaloración de la cultura local.
- En sitios arqueológicos se deberá tener un estricto control sobre los lugares a visitar como por ejemplo nadie deberá caminar sobre las estructuras o sitios para no dañar el patrimonio cultural, solo se permitirá observar y escuchar sobre la historia del lugar que se visita.

- Informar a los clientes sobre la importancia histórica y cultural para la humanidad de los atractivos visitados.

Salud y seguridad

La operación de la empresa no debe poner en riesgo la salud de los turistas, del personal, de los habitantes locales ni el ambiente en general. Se debe prevenir y estar preparados para atender emergencias

Que hacer:

- Informarse antes de la excursión sobre las necesidades médicas y estado físico de cada turista.
- Identificar y controlar los riesgos durante los servicios.
- Llevar un botiquín de primeros auxilios. Consultar a un médico especialista para equiparlo y saber cómo usarlo.
- Prepararse para tratar infecciones estomacales, son comunes en los turistas.
- Capacitar y hacer simulacros para actuar en casos de emergencias (desastres naturales, incendios y explosión, evacuación, primeros auxilios, entre otras).
- Conformar una brigada de emergencias, asignando responsabilidades específicas y equipos disponibles.
- Organizar campañas de limpieza en las localidades que visiten los turistas.

Guías turísticos

El Guía de Turismo desempeña un papel fundamental en la gestión turística, al ser la persona encargada de atender y asistir, conducir e informar, supervisar y hacer cumplir lo ofrecido, y orientar al turista en su idioma durante su estadía en un lugar o país nuevo y desconocido, por lo que sin él, la operación turística y el éxito de la misma estaría incompleta.

El bienestar, disfrute de los turistas y la imagen de la empresa durante la visita son responsabilidad del guía.

Que debe saber:

- Leer bien la información (procedencia y destino, requerimientos de alimentación, salud, alergias, preferencias, experiencia, etc.) de los turistas. Preguntarles al respecto en el primer contacto con ellos.
- El guía debe tratar a todos los turistas como casos particulares, brindando atención personalizada a cada uno de ellos en todo momento
- Prepararse para satisfacer todas las necesidades de los turistas y poder hacer grata su estadía o aventura.
- Actualizarse, aprender nuevas teorías, estilos de vida de los habitantes locales y su cultura.
- En ambientes naturales, informarse sobre flora y fauna, historia y geografía de la zona.
- No mostrar la cultura local como símbolo de atraso o inferioridad.
- No tratar mal a menospreciar a los pobladores locales.

- Evitar acciones exhibicionistas y exponer a riesgos innecesarios a los turistas.
- Prepararse para prevenir y actuar en casos de emergencia. Tomar cursos de primeros auxilios, rescate, evacuación, reanimación y medicina natural.
- Dar información veraz y manejar los grupos de manera que causen el menor impacto negativo posible al ambiente y la sociedad.
- Asegurarse de que lo ofrecido a los turistas se cumple sobrepasando sus expectativas.
- Reportar a la empresa cualquier problema que se haya tenido durante la excursión.

Integridad física del turista

- Se contara con Medidas preventivas, medidas de respuesta a emergencias de las actividades a realizar, para ello se realizara reuniones para crear las medidas preventivas ya que son las personas de la zona las que conocen los lugares riesgosos y la mejor forma de evitar accidentes.
- El lugar donde se llevaran las personas si sufren un accidente se determinara por el personal de la iniciativa turística o un lugar de atención de emergencias en el centro turístico o en algún lugar de accesibilidad.
- Se deberá contar con personal que conocerá de primeros auxilios dentro de ellos están los guías turísticos que son los que tienen mayor contacto con el turista y deberá responder inmediatamente a una emergencia, así también se contara con y el equipo a utilizarse, además se debe de contar con la información de los hospitales o unidades de salud más cercanos
- Se debe de contar con el equipo y gestiones de apoyo a la actividad como lo es transporte en el caso de algún accidente, acciones de primeros auxilios, agua etc.
- El grupo de trabajo del comité directamente los guías turísticos debe de estar adiestrado en los ambientes a visitar y destrezas a utilizar para cualquier percance.
- Que el grupo de trabajo sea suficiente para manejar el grupo de visitantes en proporción al menos un guía por cada diez turistas.
- Tener un mapa del área a visitar para la fácil ubicación en el caso algún accidente.
- Deben instruirse al personal sobre la conducta y acciones que deben seguir en caso de emergencia.
- El botiquín de primeros auxilios debe tener mínimamente los siguientes elementos: vendas, gasa, cinta adhesiva, guantes de goma y quirúrgicos, agua potable, tijera sin punta, toalla y una manta; junto a una linterna con pilas, alcohol puro etílico, agua oxigenada y jabón.
- Plan de seguridad de delincuencia que deberá tenerse en cuenta con el apoyo de la policía turística de la zona con la ayuda del ministerio de turismo.
- Inspeccionar cada cierto periodo los restaurantes, y los lugares turísticos en general para garantizar la higiene del destino.
- Debemos recordar que el turista requiere una mayor atención y asistencia por el desconocimiento del destino, por lo que la información se transforma en una variable de altísima valoración, es por ello que se debe de dar la información necesaria al turista antes de la realización de cada actividad, cada tipo de información dependerá del tipo de actividad a realizar para que el turista sepa tomar en cuenta las recomendaciones para casa caso.

Recomendaciones de Buenas prácticas de turismo sostenible.

- Usar duchas y grifos con aireadores
- Instalar inodoros eficientes.
- Apagar las luces que no utiliza.
- Sacudir el polvo de las bombillas.
- Hacer uso de bombillas eco amigables
- Limite el número de luces encendidas durante la noche.
- Uso de aparatos que utilicen energías alternativas.
- Educar al personal y a los turistas sobre la necesidad de cerrar las llaves de agua que no se estén usando.
- Usar productos de limpieza y detergentes que no dañen el medio ambiente.
- Uso de toallas con tipo de tela lavable.
- Uso de aparatos en la cocina que no requieran uso de mucha agua.
- Lavar frutas y verduras en recipientes.
- Utilizar aparatos eléctricos modernos.
- Situar la refrigeradora lejos de fuentes de calor.
- No ofrecer especies escasas como una opción de alimentación.
- No utilizar platos, vasos ni cubiertos desechables.
- Adquirir productos y servicios suministrados por habitantes locales.
- Comprar toallas y ropa de cama de algodón.
- Usar productos de buena calidad.
- Utilizar productos hechos a base de material reciclado.
- Comprar refrescos o alimentos en envases retornables.
- Comprar productos de material biodegradable, reciclable y no probados en animales.
- Sembrar árboles o arbustos nativos alrededor de su empresa.
- Cultivar plantas nativas. .
- No clavar rótulos en los árboles.
- Evitar hacer fogatas
- Integrar las áreas verdes con espacios naturales.
- Producir abono natural, tipo compost.
- Evitar quemar llantas o desechos a cielo abierto.
- No utilizar agroquímicos.
- Programar un mantenimiento general para revisión de tuberías e instalaciones.
- Usar en lo posible energías alternativas y aparatos que usen estas energías.
- Utilizar sensores y temporizadores para apagar automáticamente las luces.
- Aproveche al máximo la luz solar.
- Asegurarse de que las aguas servidas no descarguen directamente en las fuentes de agua naturales.
- Colocar contenedores para reciclaje.
- Asegurarse de que el diseño de las instalaciones responda a las condiciones de la zona.
- Fomentar el seguimiento de los códigos de conducta en las áreas naturales.

- Denunciar los daños en el ambiente a las instituciones responsables.
- Apoyar los esfuerzos locales de conservación.
- No ingresar en áreas frágiles, ni acechar a los animales.
- No tener animales en cautiverio.
- No iluminar la playa o el océano en las áreas de anidación de tortugas.
- No dirigir luces hacia la cara de un animal.
- Recordar a los turistas y a su personal no dejar desechos en las áreas naturales.
- Educar al personal sobre problemas ambientales y las medidas para hacerles frente.
- Incentivar al personal y a los turistas a participar en actividades de conservación ambiental.
- Facilitar a los turistas datos sobre áreas protegidas; motivarlos a visitarlas y a protegerlas.
- Colaborar en la educación ambiental de las comunidades.
- Facilitar la capacitación continua del personal.
- Instruir a los guías sobre cómo hacer una interpretación ambiental efectiva.
- Tener un contenedor plástico para recolectar el agua lluvia en invierno.

e. PROYECTO: EXPANSIÓN DE USO DE ENERGÍA SOLAR

Es una energía renovable, obtenida a partir del aprovechamiento de la radiación electromagnética procedente del Sol.

Este tipo de energía es inagotable y renovable, pues procede del sol, se obtiene por medio de paneles y espejos.

Beneficios de la energía renovable

- Renovable
- Inagotable
- No contaminante
- Evita el calentamiento global
- Reduce el uso de combustibles fósiles
- Contribuye al desarrollo sostenible
- Es modular y muy versátil, adaptable a diferentes situaciones
- Permite aplicaciones para generación eléctrica a gran escala y también para pequeños núcleos aislados de la red

Tipos de Sistemas de Energía Solar Fotovoltaica

Existen dos tipos de sistemas de energía solar fotovoltaica, los sistemas aislados y los sistemas interconectados a la red eléctrica.

Sistemas aislados

En ambos sistemas se utilizan los paneles solares fotovoltaicos para convertir la energía solar en electricidad, sólo que en este caso toda esa energía generada se almacena en un banco de baterías.

Es cuando un sistema es completamente independiente y gracias a que almacenas la energía puedes utilizarla en las noches y durante los días nublados. Este tipo de sistemas son muy comunes en zonas rurales o alejadas de las ciudades, donde no llega la red eléctrica.

En casa puedes contar con un sistema de energía solar aislado para una tarea específica. Puedes por ejemplo, alimentar de energía tu centro de entretenimiento o una pequeña cabaña que tengas en el jardín.

Sistemas interconectados

Se llaman así porque están interconectados a la red eléctrica. Es decir que toda la energía que genera los paneles solares se inyecta directamente a la red de distribución eléctrica de tu localidad, es decir que operan en paralelo con la red eléctrica.

Estos sistemas en ocasiones son más económicos ya que no necesitas de un banco de baterías, que en ocasiones son los dispositivos más costosos del sistema aislado y los que mayor mantenimiento requieren.

En la mayoría de los casos, para los sistemas interconectados, tienes que realizar un contrato con tu compañía de electricidad local que verifica que todo tu sistema cumpla con las regulaciones, ya que la energía que generas la envías a la red nacional y es fundamental garantizar su calidad.

Comparación de sistemas de energía solar fotovoltaicos: asilado vs. Interconectado

	Interconectados	Aislados
Costo Iniciales	Económico	Costoso (baterías)
Costos Mantenimiento	Mínimos sólo limpieza	Limpieza más costos de baterías
Flexibilidad	No hay problema por sobre-uso	NO podemos gastar más de lo que calculamos
Independencia	Dependemos del sistema eléctrico nacional	Totalmente independientes
Obligaciones Legales	Necesitamos avisar y hacer contrato con CFE	No debemos avisar ni pedir permiso a nadie
Implementación	Fácil	Poco más complicado

Tabla 290 Comparación de sistemas de energía solar

Actualmente en el Centro Ecoturístico Punta Real ya se abastece de energía solar, también los residentes de la zona en sus hogares se abastecen por medio de sistemas solares, los cuales son aislados.



Ilustración 242 Lámpara externa con panel solar.



Ilustración 243 Baterías para almacenamiento.

Actualmente el sistema eléctrico abastecido por energía solar no es suficiente para todo el Centro Ecoturístico Punta Real, solamente la cocina, los Bungalows y algunas lámparas son alimentadas por sistemas de energía solar.

Propuesta

Es por ello que se recomienda expandirlo y poder dar abasto a toda la planta turística, así como a las nuevas incorporaciones.

Una buena opción es la incorporación de paneles solares en el techo y si estos no es posible por el techo de palma con el que cuenta el Centro Ecoturístico se puede también colocar el sistema en una pequeña plataforma exactamente de costado a cada una de las áreas que requieren tener energía eléctrica generada a base de rayos ultravioletas.

El sistema que se propone es el siguiente:

Sistema fotovoltaico en techos.

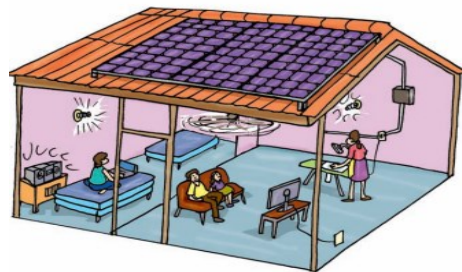


Ilustración 244 Sistema Solar en Techo

Para el abastecimiento de energía solar por medio de paneles solares, se debe instalar en cada espacio físico en el cual se haga uso de equipos eléctricos tales como

refrigeradoras, licuadoras, entre otros equipos eléctricos. Expandir el sistema fotovoltaico es necesario, el cual debe ser aislado, ya que en la zona no existe el servicio de energía eléctrica, por lo tanto debe tener la capacidad de almacenar energía por medio de baterías.

Partes principales de un sistema fotovoltaico

Células fotoeléctricas

El elemento principal de un sistema de energía fotovoltaica es la célula fotoeléctrica, es un dispositivo construido de silicio (extraído de la arena común). La celda solar es un dispositivo de conversión directa, esto es, tiene la capacidad de transformar la radiación solar directamente en electricidad. Las celdas más utilizadas actualmente son las de silicio monocristalino, silicio policristalino y silicio amorfo.

Módulos Solares

Los módulos solares están constituidos por células fotoeléctricas, que con una conexión adecuada suministran voltajes suficientes para la recarga de baterías o aportan energía a una red eléctrica. La potencia nominal de un panel solar se da en watts pico (Wp)

El inversor

El inversor es el cerebro del sistema solar. Los paneles solares producen corriente directa, el inversor la transforma en corriente alterna. Además, el inversor puede regular la corriente y el voltaje para que el sistema trabaje siempre en el punto de máxima potencia.

Generadores fotovoltaicos

Los generadores solares están formados por uno o más módulos iguales interconectados.

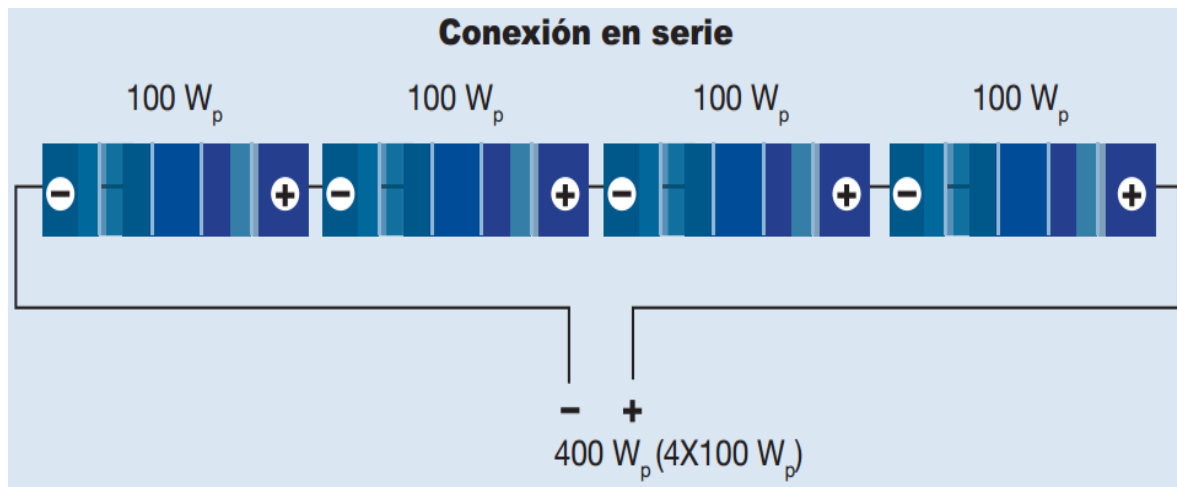


Ilustración 245 Conexión de los generadores fotovoltaico

Características técnicas de la celda fotoeléctrica

Módulo monocristalino isf-215



Ilustración 246 Modulo Monocristalino

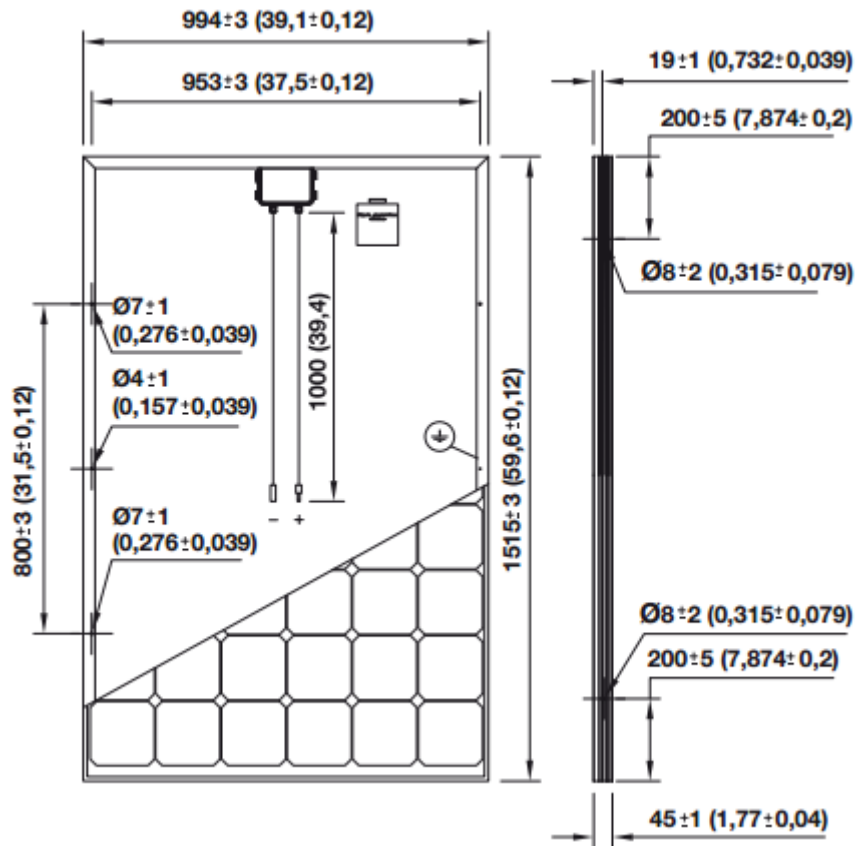


Ilustración 247 Dimensiones del Sistema

CARACTERÍSTICAS ELÉCTRICAS**Comportamiento en STC: Irradiancia 1.000 W/m², temperatura de célula 25°C, AM 1,5**

	ISF-215	ISF-220	ISF-225
Potencia nominal (Pmax)	215 W	220 W	225 W
Tensión en circuito abierto (Voc)	33,5 V	33,7 V	33,9 V
Corriente de cortocircuito (Isc)	8,77 A	8,83 A	8,86 A
Tensión en el punto de máxima potencia (Vmax)	27,2 V	27,4 V	27,6 V
Corriente en el punto de máxima potencia (Imax)	7,90 A	8,02 A	8,14 A
Eficiencia	14,3%	14,6%	14,9%
Tolerancia de potencia (% Pmax)	0/+ 3%	0/+ 3%	0/+ 3%

Tabla 291 Características Eléctricas

CARACTERÍSTICAS MECÁNICAS

Célula solar	Silicio Monocristalino - 156 mm x 156 mm (6 pulgadas)
Número de células	54 células en configuración 6 x 9
Dimensiones	1515 x 994 x 45 mm
Peso	17,1 Kg
Vidrio	Alta transmisividad, microestructurado y templado de 3,2 mm (EN-12150)
Marco	Aluminio anodizado y toma de tierra
Máxima carga admisible	5400 Pa
Caja de conexión	IP 65 con 3 diodos de bypass
Cables y Conector	Cable solar de 1 m y sección 4 mm ² . Conector MC4 o compatible

Tabla 292 Características mecánicas

Comportamiento a Irradiancia 800 W/m², TONC, temperatura ambiente 20°C, AM 1,5; velocidad del viento 1m/s

	ISF-215	ISF-220	ISF-225
Potencia máxima (Pmax)	156 W	160 W	163 W
Tensión en circuito abierto (Voc)	31 V	31,2 V	31,4 V
Corriente de cortocircuito (Isc)	7,07 A	7,12 A	7,15 A
Tensión en el punto de máxima potencia (Vmax)	24,5 V	24,7 V	24,9 V
Corriente en el punto de máxima potencia (Imax)	6,37 A	6,47 A	6,57 A
Reducción de eficiencia desde 1.000 W/m ² a 200 W/m ²	5% (+/-3%)		

Tabla 293 Características respecto a la Irradiancia

f. PROYECTO: DISEÑO DE COMPOST CASERO

El compost o la composta es un producto obtenido a partir de diferentes materiales de origen orgánico (lodos de depuración, estiércol, fracción orgánica de residuos sólidos, residuos agropecuarios y otros), los cuales son sometidos a un proceso biológico controlado de fermentación denominado compostaje.



Ilustración 248 Compostaje Casero

Los desechos o residuos sólidos son una de las principales fuentes de contaminación ambiental. Una gran cantidad de actividades humanas generan toneladas de desechos sólidos diariamente.

Los desechos orgánicos o biodegradables, como los restos de alimento, tardan menos tiempo en descomponerse naturalmente que los no biodegradables, como los plásticos.

Residuos sólidos y tiempo que tardan en degradarse	
Residuo	Tiempo en degradarse
Cáscara de banano	1 mes
Bolsa de papel	1 mes
Goma de mascar	Hasta 5 años
Colilla de cigarro	1,5 a 12 años
Tetra brick	Hasta 30 años
Bolsa de plástico	10 a 150 años
Botella de plástico	100 a 1000 años
Lata de aluminio	200 a más de 500 años

Tabla 294 Degradación de los Sólidos I

Residuos sólidos y tiempo que tardan en degradarse	
Residuo	Tiempo en degradarse
Aros de plástico en latas de refrescos	Más de 400 años
Baterías	Más de 1 000 años
Botella de vidrio	4000 a 1 000 000 de años
Poliestireno (telgopor, unicel, estereofón)	No se degrada

Tabla 295 Degradación de los Sólidos II

Los desechos sólidos pueden ser peligrosos para los animales, tal es el caso de las tortugas, que pueden asfixiarse con bolsas de plástico que confunden con las medusas de

las que se alimentan; peces y aves pueden atascarse en los aros de plástico de los “six pack” de latas de bebidas. Las colillas de cigarro pueden iniciar incendios forestales.



Ilustración 249 Ciclo del compostaje

El objetivo perseguido por el compost es conseguir una correcta descomposición por parte de hongos y bacterias que transformarán los desechos en la materia aprovechable por el suelo y plantas.

Para que estos restos se puedan descomponer satisfactoriamente es necesaria la presencia de agua, aire y calor.

Se necesita tener herramientas que ayuden a cortar y mover el compost (tijeras de podar, palas, rastrillos).

También es aconsejable un termómetro para controlar la temperatura (que no sea de mercurio ya que es tóxico). Para que el proceso se desarrolle correctamente la temperatura deberá estar comprendida entre 40 y 60 °C, ya que de esta forma se obtiene un buen compost a la vez que se eliminan gran cantidad de gérmenes no deseados.

Es imprescindible que el montón disponga de una buena aireación. Si esta se reduce el montón se enfriará y se puede presentar un proceso de putrefacción. Para conseguirlo la capa inferior deberá tener un espesor entre 20 y 30 cm. formada por restos leñosos gruesos.

Encima de esta capa pondremos materia orgánica activadora (estiércol o mantillo del año anterior, abono animal, harina de cuernos, etc.) o un acelerador comercial. En las capas sucesivas añadiremos el resto de residuos.

Por último podremos recubrirlo con restos de follaje o paja, plásticos o geotextiles (preferiblemente estos porque transpiran) y regaremos.

Fermentación

La duración aproximada del proceso es de unos 3 - 4 meses en el caso de que lo realicemos durante la primavera y el verano, y de 6 meses en el caso de que lo realicemos en invierno.

El compost bien madurado presenta un color castaño oscuro, está frío, tiene el característico de la tierra de los bosques y es agradable de manejar.



Ilustración 250 Compost madurado

Desechos que pueden ser usados en nuestro compost

Para nuestro compost casero todos los desechos orgánicos sirven. Todo lo que sea biodegradable, comestible, de origen vegetal, animal y humano es bien recibido:

- Pieles de frutas
- Pieles de patata
- Restos de verduras y hortalizas
- Cáscaras de huevo
- Cáscaras de frutos secos
- Sobrantes de comida sólida, caldos y potajes
- Flores secas y tierra de las plantas de interior y/o macetas
- Huesos finos
- Espinas de pescado
- Vísceras de animales
- Productos caducados o deteriorados
- Papel no clorado o papel rico en celulosa
- NO tires aceite ya cocinado, los huesos de las frutas mejor úsalos para plantar, los posos de café los debes agregar con moderación

Recomendaciones

- Los restos que podemos emplear pueden ser procedentes del jardín: restos de césped (de la siega), hojas, paja, serrín, ramas podadas, restos de flores o de plantas sanas.
- De los restos de pináceas y cupresáceas, etc. (en general todas las especies resinosas) surge un compost de composición lenta, demasiado ácido para ser usado en los jardines por lo que hay que evitar usar este tipo de material.
- No se deben echar malas hierbas ni plantas enfermas.
- En el caso de las malas hierbas porque sus semillas germinarán donde distribuyamos el compost. Si son malas hierbas perennes estas pueden presentar estolones, bulbos o rizomas que pueden volver a brotar.
- En el caso de las plantas enfermas porque se contribuye a propagar el agente que acabó con ellas.
- De los restos procedentes del hogar se pueden aprovechar los posos del café o de té, mondas de patata, cáscara de huevo, restos de verduras, frutas, etc.
- No son convenientes las cáscaras de cítricos, ni el contenido de las bolsas del aspirador y ceniza de madera y carbón (debido a las sustancias nocivas que contienen), los excrementos de animales domésticos (son nocivos).
- La carne, huesos y pescado tampoco son apropiados porque se presentan problemas de malos olores.
- Tampoco metal, plásticos, vidrio, etc. (Evitar todo lo inorgánico).

Como evitar el olor del compost

Si no se mantienen los residuos de la cocina más de 3 días no da tiempo a desprender olor pero si esto sucede ya sea por las condiciones climáticas u otros factores, se puede añadir para que no se propague el olor: harina, cenizas o carbón triturado.

Diseño del compost casero

Para el diseño de un compost casero, puede hacerse haciendo uso de palets, en el cual se creara un espacio cuadrado, donde las medidas dependen de la cantidad de residuos provenientes de la cocina.



Ilustración 251 Compost casero de madera

Proceso de compostaje



Ilustración 252 Proceso de Compostaje Casera

Compostaje Rapido:

Es el que está listo en un periodo de 3 a 4 meses, junte 1 metro cúbico de material y pique todo en pedazos más o menos de 5 cm. Revuelva la mezcla una o dos veces por semana y cuide que esté siempre en la humedad adecuada.

Si luego agrega material fresco, esto retrasará la producción de material de compostaje, por ello una buena opción es iniciar una pila nueva.

Compostaje Lento:

Arme una pila añadiendo material en la medida que se genere. Al cabo de un año podrá encontrar compostaje listo, haciendo un hoyo a un lado de la pila para alcanzar el compostaje que está en el fondo. Para ayudar al proceso rocíe agua (1 o 2 veces por mes) y entierre una vara o palo en la mezcla para asistir la aireación.

Para la construcción de la compostera puede ser de cualquier medida y de cualquier material pero para la compostera del Centro Ecoturístico Punta Real se va a considerar una medida que trae un Pallet generalmente ya que estas aparte de servir para reciclar facilitan las medidas.

La medida para la compostera es de 1.14 m x 1.14 m y de alto tendrá 13.8 centímetros y esta se puede comprar de esta medida o se puede armar solamente se tendrá que comprar los Pallets.

g. PROYECTO: DISEÑO DE HUERTO CASERO

Un "Huerto Casero" es el pedazo de terreno en el cual se siembran vegetales, frutas o plantas que se consumen en el hogar.

Datos ambientales

Los datos climáticos corresponden a los registros de 3 estaciones metereológicas situadas en las áreas de: Puerto Parada, San Juan del Gozo y puerto El Triunfo. La época lluviosa presenta con 2 picos máximos en los meses de junio y septiembre, existiendo normalmente una canícula a finales de julio. Las precipitaciones pueden oscilar entre 1,600 mm en puerto Parada y 2,019 mm en Jiquilisco. La gran variabilidad de precipitaciones durante el año es importante, siendo crítica en los meses de mayo (comienzo de las lluvias), julio (canícula) y octubre (final de las lluvias). Los vientos que soplan normalmente en la zona alcanzan una velocidad promedio de 7 Km/h clasificando como muy débil. Las temperaturas medias anuales son de 28.3° C con un máximo de 36° C y siempre con temperaturas medias mensuales superiores a los 20° C. La humedad relativa en el área es de un 68%.

Tipos de cultivos que se pueden realizar en la zona

- Granos básicos (arroz, frijol, maiz)
- Aguacates
- Platanos
- Naranjos
- Eucalipto
- Romero
- Perejil
- Tomates
- Sorgo
- Cebada
- Trigo
- Arroz
- Mani
- Remolacha

TOLERANCIA RELATIVA DE VARIOS CULTIVOS A SUELOS SALINOS			
BAJO	MEDIO BAJO	MEDIANA	ALTO
	Maíz		
	Maní		
	Arroz		Cebada
	Caña de azúcar	Maíz	Pastos
Frijoles	Trébol	Maní	Trigo
Zanahoria	Batata	Arroz	Varios Zacates
Cebolla	Brócoli	Caña de azúcar	
Aguacate	Repollo	Trébol	
Limón	Coliflor	Batata	
	Lechuga	Brócoli	
	Arvejas	Repollo	
	Ají	Coliflor	
	Papa		
	Rábano		
	Espinaca		
	Tomate		
	Nabo		
	Pepino		

Ilustración 253 Tolerancia de los cultivos a suelos salinos⁴⁵

⁴⁵ Salinidad de Suelos.

¿Qué beneficios se obtienen del huerto casero?

- Proveer alimento fresco a la familia durante todo el año.
- El consumo de los alimentos frescos mejora la salud.
- El sabor de los alimentos frescos es mejor y son ricos en vitaminas.
- Si se produce gran cantidad, se pueden vender y crear otra fuente de ingresos.
- El esfuerzo físico produce buena condición física.
- La práctica de sembrar fomenta la paz mental y alivia el “stress”

¿Cómo puedo seleccionar el lugar para hacer mi huerto?

- Fuera de la sombra de los árboles, los huertos necesitan suficiente luz solar.
- Cerca de fuentes de agua para facilitar el riego, sin agua no hay huerto, ni vida (ejemplo: 3/4 partes del ser humano son agua)
- Protegerlo de los vientos fuertes, tiempos de demasiada lluvia y sobre todo de animales y personas ajenas al hogar, ya que pueden dañar o comer el fruto.

¿Qué puedo utilizar para hacer mi huerto?

- Seleccionar lo que se desea sembrar (semillas).
- Donde se va a sembrar
- Como se va a sembrar
- Herramientas recomendables:
 1. Azada de jardinero
 2. Tenedor para romper el terreno
 3. Rastrillo
 4. Manguera para rociar el huerto
 5. Guantes

¿Qué alternativas tengo para construir mi huerto a un costo módico?

- Tiesto – cajones de leche
- Pailas
- Recipientes en metal o plástico (sin moho)
- Jardineras en concreto
- Jardineras en madera, puede ser de palets (preferiblemente tratada)
- Siempre se debe seguir un plan de abonamiento y riego.

¿Qué abono debo usar?

- Abono Orgánico (estiércol, cachaza) la ventaja del abono orgánico es que no causa daño a la planta, ni a animales ni al ser humano.

¿Por qué debo usar semilleros?

- El riego y el desyerbo se hace más fácil.
- Control de insectos y enfermedades en la planta.
- El área disponible se utiliza al máximo.

- Selección de plantas para la siembra más uniforme.
- El semillero se puede preparar en cualquier envase.
- Se pueden utilizar tiestos, vasos de cartón y latas vacías.

¿Cuándo trasplanto mis plantéelas o plantitas?

- Tomate - a los 30 días
- Pimientos, berenjena, ají dulce, cilantro y recado - a los 45 días
- Repollo - a los 35 días
- Lechuga - a los 20 días










Distancias de plantación (en centímetros)									
		Entre plantas	Entre hileras	Altura			Entre plantas	Entre hileras	Altura
Lechuga		20	30	25	Cebollín, cebolla		10 a 15	30	25
Repollo		45	50	30	Zapallo italiano		50	100	60
Tomate		30	70	100	Aji enano		25	50	40
Tomate coctel		25	50	100	Toronjil, hierba buena		25	50	40
papas		20	80	50	Perejil, cilantro		15	20	15 a 20
zanahoria		8	20	15	Oregano, eneldo		15	20	15 a 20
apio		30	60	50 a 60	Estragón, tomillo, ciboullete		15	20	15 a 20

Tabla 296 Distancias de plantación

¿Cómo puedo resolver los problemas con las plagas?

Se recomienda utilizar productos orgánicos o prepararlos en el hogar, tales como:

- Fungicidas orgánicos recomendados
- Azatín o extracto de Ni
- Formula 2 – 2 – 4 preventivo, mezcle en un envase limpio



Ilustración 254 Plaga en huerto casero

Diseño de huertos caseros



Ilustración 255 Huerto casero de madera.



Ilustración 256 Huerto casero aislado.

4. CARACTERISTICAS TECNICAS Y CONSIDERACIONES PARA COMPRAR INSUMOS, MOBILIARIO Y EQUIPO

En el turismo la calidad es importante, es por ello que es necesario tener lineamientos que faciliten la correcta prestación de los servicios mediante la compra de insumos que tengan la calidad deseada para poder brindar platillos que cumplan las expectativas de los turistas, asimismo en este apartado se colocaran consideraciones al momento de comprar no solo los insumos sino también el mobiliario y equipo para el Centro Ecoturístico Punta Real.

Se describiran las características que debe cumplir los insumos a utilizar en el restaurante y áreas de comida:

RESTAURANTE	CARACTERISTICAS	ALMACENAMIENTO
Pescado Pargo	Debe tener los ojos color claro y deben ser un poco saltados, el color del pescado debe ser brillante y tener las agallas de color rojo, el olor debe ser suave y fresco no debe tener olor a amoníaco ni agrio, no deben despedir ninguna sustancia lechosa.	Mantener en el congelador a -18°C con un máximo de duración de almacenamiento de 1 mes
Pescado Robalo		
Pescado Chimbera		
Pescado Roncho		
Conchas	Deben estar frescas, con la concha intacta, que el molusco aductor este vivo al darle un pequeño golpe se debe sentir en el dedo como las pequeñas lengüillas o valvas se mueven.	Colocarlos por media hora después de comprarlas en agua con sal posteriormente almacenarlos en un recipiente a temperaturas de 1 a 3°C si se temperaturas muy altas o muy bajas se mueren y pierden parte de su calidad. La duración máxima que estos tienen congelados es de 2 semanas.
Casco de Burro	Deben estar frescas, deben tener de 24 a 29 costillas y deben medir de 12 a 14.5 cms, además se debe constatar que el molusco este vivo y esto es comprobando que el molusco aductor este vivo al darle un pequeño golpe se debe sentir en el dedo como las pequeñas	Colocarlos por media hora después de comprarlas en agua con sal posteriormente almacenarlos en un recipiente a temperaturas de 1 a 3°C si se temperaturas muy altas o muy bajas se mueren y

	lengüillas o valvas se mueven.	pierden parte de su calidad. La duración máxima que estos tienen congelados es de 2 semanas
Carne Churrasco	Debe ser específicamente carne para churrasco, se debe observar que esta no tenga color marrón, ni verde ni púrpura, además revisar que la textura de la carne no sea pegajosa, además el olor se debe vigilar que esta no tenga olor a rancio, agrio o ligeramente a oxidado, sino que esta debe tener color rojo intenso o rojizo y el olor debe ser levemente a sangre sin descomponer.	Esta se almacena en el refrigerador en bolsa que la aisla de adquirir bacterias del entorno, la duración de esta varía desde 2 semanas hasta 8 semanas tomando en consideración que entre más tiempo pasa se pierden las propiedades de frescura y buen sabor, puede almacenarse en temperatura de 3°C a 4°C.
Pechuga Deshuesada	El pollo debe tener color rosa y carnoso, si el pollo tiene color más opaco y grisáceo implica que está ya en su última etapa del ciclo de vida y está cerca de la caducidad, el olor debe ser sutil no debe ser un olor agrio ni olor a amoníaco.	Este se almacena en bolsas cerradas y de color transparente asimismo se debe colocar en el refrigerador a una temperatura de 3°C a 4°C este puede durar de 3 semanas hasta 8 semanas recordando que entre más tiempo pase en el congelador pierde sus nutrientes y calidad el producto lo ideal sería mantenerlo por 3 semanas máximo en el congelador.
Coco	Se debe batir para cerciorarse que tiene agua en su interior, este no debe presentar color café o tonalidades oscuras, para realizar los licuados se aceptan cocos de cascara verde y de peso intermedio es decir 1.5 lbs a 3lbs, para los postres se puede aceptar coco de cascara amarillo claro no rojizo, el peso aplicable es el mismo al verde.	Los cocos para su almacenamiento pueden mantenerse en el árbol de ser necesario comprarlos aparte o bajarlos se deben apilar en un área específica para que estos no estén siendo golpeados y se pueden ser en contenedor de madera u otro material. Tienen un tiempo de duración de aproximadamente 2 meses cuando han sido bajados de la palma.

<p>Piña</p>	<p>Debe ser piña india y piña de azucarón ambas deben tener una tonalidad amarilla no naranja intenso cuando se comprimen. Debe medir unos 30 cms y un diámetro de 15 cms, su peso debe rondar las 2 a 3.5 lbs.</p>	<p>Para mantenerla se puede mantener en un lugar fresco donde no le dé el sol, o en refrigeración la duración de una piña con cascara es de 3 a 4 semanas.</p>
<p>Guineo</p>	<p>Debe ser guineo de seda, que no estén maduros es decir que tengan la cascara verdosa y pequeñas partes amarillas, que la consistencia al tacto sea dura no blanda.</p>	<p>Para su almacenamiento se puede realizar dentro y fuera este del refrigerador pero la duración se prolonga más si este se coloca dentro del refrigerador, ya que fuera del refrigerador dura alrededor de 2 semanas y dentro del refrigerador duran alrededor de 3 semanas.</p>
<p>Fresas</p>	<p>Debe tener aspecto rojizo con blanco ya que no deben estar totalmente maduras, la textura debe ser firme no estar aguadas ni podridas, las fresas no deben tener color oscuro o morado, deben tener un olor dulce no agrio. Los tamaños de estas deben ser superiores a 2 cms.</p>	<p>Estas se pueden mantener en áreas frescas donde no les dé el sol dentro o fuera de refrigeración donde si estas se congelan su duración será más extendida en refrigeración hasta de 1 mes y sin refrigeración de 2 semanas y media.</p>
<p>Papaya</p>	<p>La papaya debe tener un color anaranjado y con toques amarillentos, esta no debe estar golpeada ni tener agujeros ni signos de golpe debe ser firme no de textura aguada, su tamaño aceptable es como mínimo 30cms de largo.</p>	<p>Para su almacenamiento se puede hacer en refrigeración o en temperatura ambiente donde no le dé el sol, la duración a temperatura ambiente es de 2 semanas y dentro de la refrigeradora congelada puede durar hasta 1 mes.</p>
<p>Verduras en general (tomates, chile, cebolla, ajo, plátanos)</p>	<p>Deben estar frescos no deben presentar mallugadas, no deben presentar manchas oscuras ni orificios deben tener el color correspondiente a cada vegetal.</p>	<p>Pueden almacenarse en la refrigeradora y fuera de ella su periodo de duración es de 3 semanas en refrigeradora. La temperatura a la que debe estar es a 3°C.</p>
		<p>Se debe almacenar en la</p>

Lácteos (crema, leche, queso duro blando)	Deben ser de color blanco no amarillos y puros no deben ser comprados sin empaquetar es decir deben tener fecha de caducidad.	refrigeradora y tiene un periodo de conservación de 1 mes para el queso, 2 semanas la leche y la crema 3 semanas cabe destacar que entre más pronto se consuma menos se pierden sus propiedades y calidad de los productos, deben estar a una temperatura de 3°C.
Huevos	Deben ser comprados empaquetados con su respectiva fecha de caducidad para garantizar la calidad del producto.	Se pueden mantener dentro y fuera de la refrigeradora y debe mantenerse lejos del sol, el tiempo de duración en refrigeradora es 1 mes y medio, y fuera de la refrigeradora 1 mes. Se debe mantener en refrigeración a una temperatura de 3°C.
Granos básicos (arroz, frijoles)	No deben ser comprados a granel sino empaquetados con su respectiva fecha de caducidad para garantizar que estos cumplan las normas de sanidad, y si son comprados a granel debe ser de una comercial que responda por producto defectuoso o insalubre.	Este debe almacenarse en lugares seco a temperatura ambiente y tapados en un recipiente.
Aceite	Debe ser comprado empaquetado no trasegado este debe tener la fecha de caducidad impresa.	Su duración es de 3 a 5 meses debe mantenerse en lugares secos y no expuestos al sol.
Pan	Debe ser pan empaquetado con fecha de caducidad. Este debe ser pan bollo.	Deben mantenerse en lugares seco y frescos lejos de la exposición solar su tiempo de duración promedio es de 1 mes,
Tortillas	Deben ser compradas del día y no deben presentar consistencia ligosa.	Se pueden almacenar en la refrigeradora prolongando su duración a 4 días si se encuentra a temperatura de 4°C.
Galletas saladas	Se debe comprar selladas y con fecha de caducidad impresa y	Se deben almacenar en lugares secos y a

	deben ser saladas y deben venir en paquetes individuales.	temperatura ambiente.
Café	Se debe comprar en bolsas individuales o en bote pero preferentemente en sobre de 25 unidades. Debe contener su fecha de caducidad impresa y visible.	Se debe mantener en un lugar seco y a temperatura ambiente y los sobres que sean abiertos se deben guardar en bolsitas ziploc para mantener en buen estado el restante.
Bebidas gaseosas	Estas deben estar bien selladas, no deben presentar colores diferentes a su sabor correspondiente, no deben presentar partículas dentro de la botella ni olor desagradable a putrefacto, no debe estar sucio el envase por fuera y debe tener su fecha de caducidad de forma visible.	Se deben mantener a temperatura de 3°C o menos y se deben almacenar en estado selladas ya que al abrirse su tiempo de duración será de 3 días ya que pierde las propiedades de calidad.
Jugos artificiales	Estas deben estar bien selladas, no deben presentar colores diferentes a su sabor correspondiente, no deben presentar partículas dentro de la botella ni olor desagradable a putrefacto, no debe estar sucio el envase por fuera y debe tener su fecha de caducidad de forma visible.	Se deben mantener a temperatura de 3°C o menos y se deben almacenar en estado selladas.
Bebidas alcohólicas	Estas deben estar bien selladas, no deben presentar colores diferentes a su sabor correspondiente, no deben presentar partículas dentro de la botella ni olor desagradable a putrefacto, no debe estar sucio el envase por fuera y debe tener su fecha de caducidad de forma visible.	Se deben mantener a temperatura de 3°C o menos y se deben almacenar en estado selladas. Algunas pueden mantenerse a temperatura ambiente y se conservan más tiempo a temperatura ambiente.
Agua embotellada	Estas deben estar bien selladas, no deben presentar color, no deben presentar partículas dentro de la botella ni olor, debe tener su fecha de caducidad de forma visible.	Se deben mantener a temperatura de 3°C o menos y se deben almacenar en estado selladas. Algunas pueden mantenerse a temperatura ambiente.
		Se pueden mantener en

<p>Aderezos (mostaza, ketchup, mayonesa, salsa negra, chile, salsa inglesa)</p>	<p>Estos deben ser comprados empaquetados y sellados asimismo deben tener una fecha de caducidad impresa, no deben presentar.</p>	<p>almacenamiento dentro y fuera de la refrigeradora lejos del sol pero si estos son comprados en bolsa y se abren deben ser almacenados dentro de la refrigeradora a 3°C y deben ser guardado en bolsas y recipientes cerrados.</p>
<p>Condimentos (sal, azúcar, pimienta, sazón completo, consomé de res, consomé de pollo, consomé de marisco, base para sopa de mariscos)</p>	<p>Estos deben ser comprados por mayoreo es decir en presentaciones grandes asimismo deben tener la fecha de caducidad en un lugar visible y deben estar sellados.</p>	<p>Estos se deben almacenar en lugares a temperatura ambiente lejos del sol y en un lugar seco bien sellado después de cada uso. Tienen una duración aproximada de 1 mes.</p>
<p>Servilletas</p>	<p>Las servilletas deben ser color blanca cuadradas deben venir selladas correctamente y empaquetadas.</p>	<p>El almacenamiento se debe hacer en un lugar seco y si no están abiertas se pueden almacenar en conjunto las bolsas con los otros desechables pero si están abiertas se debe colocar en un recipiente plástico que este sellado que no permita que entren partículas de polvo. Tienen una vida indefinida.</p>
<p>Papel aluminio</p>	<p>Debe ser de 75 pies el tamaño mínimo que se puede comprar este debe ser de buena calidad, grueso y debe venir debidamente sellado y empaquetado.</p>	<p>Este se puede almacenar en un área seca y siempre cerrar el empaqueta en el que viene de fábrica y tiene una vida indefinida.</p>

Tabla 297 Características Técnicas de los Insumos

A continuación se presentan criterios a considerar al momento de generar la compra de los insumos para el Centor Ecoturístico Punta Real así como de la compra del mobiliario y equipos que este necesite.

INSUMOS	CRITERIOS DE COMPRAS
Carnes	Comprar en establecimientos que tengan controles de calidad como supermercados de prestigio.
Pollos	Debe ser pechuga deshuesada preferiblemente marca sello de oro o pollo indio.

Mariscos	Estos deben de adquirirse en la zona de la Bahía de Jiquilisco específicamente a las Cooperativas comercializadoras de estos productos en Puerto Parada Cooperativa Mariscos del Sur.
Sodas	Estas deben estar en envase de vidrio pero no se compraran sodas retornables plásticas y solo se compraran de la Constancia o Grupo Mariposa.
Te	Solo se compraran Te lipton o Fuze Te no se comprara de ninguna otra marca y estos se compraran embotellados no enlatados.
Agua	Esta se comprara a empresas como Agua Las Perlitás, Aqua o agua Cristal no se comprara agua de otras marcas ya que en el mercado existen muchas empresas que la distribuyen y no es muchas veces comprobables su pureza.
Cervezas	Las cervezas que se compraran serán nacionales Pilsener, Golden, Suprema y se comprara adicional la cerveza Corona no se compraran cervezas diferentes a las mencionadas anteriormente y estas se compraran en camiones repartidores y en su defecto en distribuidoras en Puerto El Triunfo exceptuando la Cerveza Corona la cual se comprar también en Supermercados.
Bebidas alcohólicas	Los licores a utilizar en el área de bar se compraran debidamente sellados no trasegados y estos serán comprados en supermercados no en expendios.
Frutas	Estos serán comprados en el mercado de Usulután cuidando que estos tengan apariencia saludable es decir que no estén las frutas podridas o demasiado débiles en consistencia.
Verduras	Estos serán comprados en el mercado de Usulután cuidando que estos tengan apariencia saludable es decir que no estén las frutas podridas o demasiado débiles en consistencia.
Lácteos	Estos deben ser comprados en ventas de Lácteos como las Ollitas, Lácteos San Martín en Usulután, estos deben tener frescura por ellos se pueden adquirir en estas ventas de lácteos ya que estos son fuertes en Usulután y por ende mantienen productos frescos, asimismo se podrían comprar en Supermercados como Despensa de Don Juan, Súper Selecto, Tienda Galo y demás supermercados reconocidos de Usulután.
Condimentos	Estos deben ser adquiridos en los supermercados de prestigio como Súper Selecto, Tienda Galo, Maxi Despensa entre otros estos deben venir debidamente sellados y con fecha de caducidad extendida no obedecerán a una marca en específico sino que obedecerán a aquellos que sean más económicos y cumplan su cometido.
Productos de limpieza	Debido a que existen demasiadas marcas en el mercado en estos solo se buscara que cumplan su cometido y que estos sean los que tengan un precio más módico.
Utensilios	Estos se compraran de baquelita los platos, tazas, platos hondos, los vasos se compraran de vidrio y estos serán adquiridos en La Tienda morena preferiblemente.
	Estos se deben comprar en el Centro de Usulután a comercializadoras de ropa o pueden ser adquiridos en La Tienda Morena estos deben cumplir aspectos como que su textura no debe ser de Poliéster y Algodón

Destructibles	mezclados, asimismo no deben de tener colores como negro, rojo o color vino, asimismo no deben tener estampados extravagantes, la tela debe ser solida es decir no debe ser semi transparente.
MOBILIARIO Y EQUIPO	CRITERIOS DE COMPRAS
Mobiliarios	<p>El mobiliario comprado debe tener garantía asimismo este debe ser comprado en lugares de prestigio, Comerciales Reconocidas en Usulután, Almacenes Salgado, Tropicigas entre otros.</p> <p>En cuanto al mobiliario no existe modelos o colores específicos se dejan a consideracion de aquellos que se encuentren a precios de promoción ya que se debe comprar mobiliario que no sea solo funcional sino también que tengan un precio modico.</p> <p>En el caso del mobiliario de Palets estos se pueden no solo comprar en San Salvador en la Carpinterio Romero sino también en carpinterías que trabajen el material de Palets en Usulután y que ademas tengan precios accesibles mucho mas que comprar dicho mobiliario en San Salvador.</p>
Equipos	<p>Los equipos que sean necesarios pedirlos al exterior deben de traer tiempo de garantía asimismo se deben comprar productos los cuales se pueda comprobar su buena funcionabilidad y calidad es decir no se admitirán productos que demasiado económicos y que sean de vendedores independientes todo los equipos que se compren deben ser de empresas dedicadas a la comercialización de los mismos.</p> <p>Tambien los equipos adquiridos dentro del país también deben cumplir con dar un tiempo de garantía y que comprueben que sus productos son de buena calidad por ello se comprara preferiblemente en distribuidores reconocidos en el país.</p>
Paneles solares	Estos deben ser comprados dentro del país a proveedores registrados y ya reconocidos en el medio como Paneles Solares El Salvador, TecnoSolar o Delsolenergy donde este ultimo trabaja con mas frecuencia los sistema de paneles en techos se debe considerar que la empresa donde se adquieran los paneles debe otorgar una garantía así como se debe buscar proveedores que ofrezcan los precios mas razonables en la media.
Obra civil	Establecer una licitación privada para obtener no solo aquella empresa que pueda construir a un precio razonable sino que esta tenga experiencia en proyectos similares que garanticen que las instalaciones cumplirán todos los requerimientos constructivos y su durabilidad.

Tabla 298 Consideraciones de compra de Insumos - Mobiliario y Equipo

5. CALIDAD DEL SERVICIO TURÍSTICO OFRECIDO

Cuando de calidad hablamos, nos metemos a analizar la palabra hasta que nos enteramos que es una palabra que depende mucho de la apreciación de la persona que evalúa el producto o servicio, sin embargo se espera un estándar de atención y también de los productos ofrecidos.

La calidad también se genera tras la comparación del marco referencial de todas las experiencias vividas de los turistas en diferentes partes donde han viajado, la atención, servicios e instalaciones versus lo ofrecido.

Como parte del plan estratégico y plan de marketing se debe tener definida un nivel de calidad aceptable, el cual deberá hacer referencia a los estándares que se deben manejar en hoteles o restaurantes que tengan condiciones muy similares al del proyecto Centro Ecoturístico.

a. CLASIFICACIÓN DE ESTRELLAS (CATEGORÍA DEL HOTEL SEGÚN EL COMERCIO)

El sistema de clasificación de estrellas tiene como objetivo darte una manera rápida de determinar las amenidades de un hotel. El número de estrellas no refleja necesariamente todas las comodidades o servicios que están disponibles en un hotel o en cada una de las habitaciones en un hotel con determinada clasificación.

- **1 estrella (económico) 1 estrella**

Se espera que un hotel de una estrella ofrezca alojamiento limpio, básico, con pocas o ninguna instalación. Las habitaciones normalmente están decoradas de manera funcional y son compactas. Puede o no tener un baño privado, teléfono en la habitación, televisión o servicios. Los hoteles de una estrella suelen estar cerca de restaurantes y atracciones turísticas.

Un hotel de una estrella es ideal para el viajero con poco presupuesto, donde el precio es la principal preocupación.

- **2 Estrellas (Valor) 2 estrellas**

Un hotel de dos estrellas, se espera que ofrezca un alojamiento limpio y básico. Estos pueden tener o no un centro de negocios o acceso a internet, pero por lo general no tienen salas de reuniones, botones, gimnasio o instalaciones recreativas. El restaurante a menudo se limita a servicio de café o un desayuno continental. Las habitaciones ofrecen normalmente baño privado, teléfono, televisión y servicios limitados.

Un hotel de dos estrellas es ideal para viajeros de negocios o exploradores, donde el costo es un factor, pero sí se desean servicios básicos.

- **3 Estrellas (Calidad) 3 estrellas**

Un hotel de tres estrellas pone mayor énfasis en la comodidad, estilo y servicio personalizado. A menudo tienen un restaurante en el hotel, alberca, gimnasio, una tienda de conveniencia y botones. Generalmente, hay salas de juntas y / o salas de conferencia y servicios relacionados disponibles. Las habitaciones incluyen más servicios y hay una atención más cuidadosa a la calidad y comodidad.

Un hotel de tres estrellas es ideal para viajeros de negocios o de placer en busca de un poco más que los servicios básicos.

- **4 Estrellas (Superior) 4 estrellas**

Un hotel de cuatro estrellas es una propiedad superior, que generalmente ofrece más de un restaurante, bar y servicio a cuartos con horario prolongado. Los servicios disponibles pueden incluir botones, conserje y servicio de valet parking. Normalmente, cuentan con centro de conferencias y servicios de negocios. Las habitaciones son amplias y por lo general ofrecen un mobiliario elegante, ropa de cama de alta calidad, productos de baño y una amplia gama de servicios como mini bar y secadora de pelo.

Un hotel de cuatro estrellas es ideal para viajeros que buscan más servicios y amenidades y un mayor nivel de confort.

- **5 Estrellas (Excepcional) 6 estrellas**

Un hotel de cinco estrellas está muy orientado al servicio y brinda altos estándares de comodidad y calidad. Cuenta con más de un restaurante, a menudo incluyendo una opción de restaurante gourmet, así como un bar o sala de estar y servicio a cuartos las 24 horas. Puede también ofrecer canchas de tenis y acceso a campo de golf, así como un spa, un gimnasio moderno y alberca.

Un hotel de cinco estrellas es ideal para los viajeros exigentes que buscan un servicio personalizado, instalaciones de alta calidad y una variedad de servicios e instalaciones en el lugar.

- **Medias estrellas Medias estrellas**

Adoptamos la media estrella para dar mayor precisión a nuestra escala de seis estrellas. Los hoteles con calificación de medias estrellas incluyen amenidades de su categoría, así como amenidades adicionales, generalmente reservadas para una categoría superior.

Procedemos a efectuar una comparación entre las normas de calidad salvadoreñas para estos hoteles y restaurantes a nivel turístico de playa y la oferta que se tiene contemplada en el proyecto.

Generalidades de la pequeña industria hotelera en El Salvador:

1. **Definiciones de los tipos de lugares adecuados para hospedarse⁴⁶:**

- **Alojamiento:** Proporciona almenas, camas e instalaciones Sanitarias.
- **Establecimiento hotelero:** Se entenderá como tal los pequeños y medianos hotel, y hostales y aparta hoteles.
- **Hotel:** Establecimiento con recepción, servicios e instalaciones adicionales que ofrece alojamiento y en la mayoría de casos, servicios de comida.
- **Mediano Hotel:** Hotel que posee un mínimo de 51 y un máximo de 100 habitaciones 16 a 30 empleados.
- **Pequeños hoteles:** Hoteles que posee un mínimo de 5 y un máximo de 50 habitaciones y 2 a 15 empleados.

⁴⁶ Norma de la calidad turística de servicios e instalaciones para pequeños y medianos hoteles, hostales y aparta hoteles. CONCEJO NACIONAL DE LA CIENCIA Y TECNOLOGIA (CONACYT). Norma NSR 03.44.01:06. El Salvador. CONACYT.2006. Comité técnico de normalización 44.

- **Aparta hotel:** Hotel en el que se proporciona alojamiento en habitaciones básicamente equipadas para el auto preparación de alimentos y otros servicios complementarios.

2. Normativa del sector

Como normativas del sector se ha considerado la normativa número NSR 03.44.01:06 del Consejo Nacional de la Ciencia y Tecnología (CONACYT) de El Salvador. aprobada en acuerdo ejecutivo del ministerio de economía no. 841, del 29 de agosto de 2007 y publicada en diario oficial no. 192 tomo 377 del 16 de octubre de 2007. en dicha norma se establecen los requisitos mínimos que los pequeños, medianos hoteles, hostales y Aparta hoteles deben cumplir en cuando a calidad turística de servicio e instalaciones.

La normativa detalla por área, los requisitos que los establecimientos hoteleros deben cumplir para una prestación de servicio de calidad, entre los que se especifica las actividades básicas a desempeñar en los departamentos de reservaciones, portería, equipaje y botones, recepción e información, parqueo auto y facturación, servicio de telefónico.

También así se detallan las especificaciones relativas a instalaciones y equipo, habitaciones, baños y servicios de limpieza, lavandería, limpieza de concinas, comedores, mantenimiento en general, requisitos para la seguridad de las instalaciones y el tratamiento que debe darse a los desperdicios.

NORMA NSR 03.44.03:08 TERMINOLOGIA DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURISTICO (ACUERDO DEL MINISTERIO DE ECONOMIA NO. 418 DEL 5 DE MAYO DE 2009.)

En esta norma se establece la terminología utilizad aún los establecimientos turísticos para facilitar la comprensión de los usuarios, proveedores de servicios de alojamiento turístico y otros.

NORMA NSR 03.44.03:08 CATEGORIZACION DE LOS HOTELERS POR ESTRELLAS (ACUERDO DEL MINISTERIO DE ECONOMIA NO. 419 DEL 5 DE MAYO DE 2009.)

En dicha norma se establecen los requisitos mininos generales de gestión, calidad e infraestructura que deben cumplir los hoteles que presten el servicio de alojamiento turístico, para la categorización de 1 a 5 estrellas, tomando como base aspectos como:

- a) Organización
- b) Servicios generales
- c) Requisitos comerciales y de mercadeo
- d) Servicios de información

Existen hoteles de diversos tipos atendiendo a sus instalaciones y al entorno que se encuentran:

- Hoteles de ciudad o urbanos
- Hoteles de aeropuerto
- Hoteles de playa
- Hoteles de naturaleza

Hoteles-apartamento o aparta-hoteles
 Albergues turísticos
 Hoteles familiares
 Hoteles posada
 Hoteles-monumento
 Hoteles-balneario
 Moteles
 Hoteles club
 Hotel de paso u Hotel alojamiento
 Hoteles casino
 Hoteles gastronómicos
 Hoteles deportivos
 Hoteles de montaña
 Hoteles de temporada
 Hoteles rústicos
 Hoteles boutique
 Hoteles budines Clases o Negocios

Clasificación de los hoteles en el salvador

La clasificación de los hoteles de el salvador está indicada en la norma NSR 03.44.01:06 elaborada por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (conoci) APROBADA POR Acuerdo DEL MINISTERIO DE ECONOMIA No. 841 de la fecha 29 de agosto de 2007, y publicado en el diario oficial.16 de octubre de 2007.

De 5 –50 Habitaciones	Pequeño hotel
De 51 – 100 Habitaciones	Mediano hotel
De 101 Habitac. en adelante	Gran hotel

Tabla 299 Fuente: CONACYT

Las instalaciones estrellas (de una a cinco) se otorgan de acuerdo ha:

- Mobiliaria en habitaciones
- Equipo en habitaciones
- Instalaciones en habitaciones
- Accesorios en habitaciones
- Estado de conservación y limpieza de los recubrimientos en pisos, muros y plafones en las áreas de las habitaciones.
- Ubicación, conservación coordinado, funcionamiento y tamaño de los elementos decorativos en las áreas de las habitaciones
- Requisitos complementarios para habitaciones para personas con capacidades especiales.

Condiciones físicas en:

- Habitaciones

- Baños
- Seguridad:
- Mantenimiento:
- Atención al Cliente
- Restaurantes

Las características mínimas requeridas por el Ministerio de Turismo y CORSATUR para la inscripción de establecimientos turísticos en el registro nacional de turismo, son los que se mencionan en el formulario presentado en secciones, a continuación. Dichas características se aplican de acuerdo con el tipo de establecimiento que se trate, es decir dependiendo de su tamaño y su giro

TIPO DE ALOJAMIENTO					
<input type="checkbox"/>	Hotel de Ciudad	<input type="checkbox"/>	Hostal	<input type="checkbox"/>	Otros, Especifique
<input type="checkbox"/>	Hotel de Playa	<input type="checkbox"/>	Casa de Huéspedes		
<input type="checkbox"/>	Hotel de Montaña	<input type="checkbox"/>	Albergue		
<input type="checkbox"/>	Apart-Hotel	<input type="checkbox"/>	Cabañas		
<input type="checkbox"/>	Sitio de Acampar				
<input type="checkbox"/>					

LOCALIZACION		PARQUEO			
<input type="checkbox"/>	Urbana	<input type="checkbox"/>	No de espacios	<input type="checkbox"/>	Otros, Especifique
<input type="checkbox"/>	Rural	<input type="checkbox"/>	Parqueo para embarazadas		
<input type="checkbox"/>	Puerto	<input type="checkbox"/>	Valet Parking		
		<input type="checkbox"/>	Caseta de seguridad		
		<input type="checkbox"/>	Parqueo para personas con capacidades especiales		
	Otros, Especifique				

SERVICIOS PROTOCOLARIOS					
<input type="checkbox"/>	Conserjería	<input type="checkbox"/>	Portamaletas	<input type="checkbox"/>	Otros, Especifique
<input type="checkbox"/>	Portero	<input type="checkbox"/>	Libro de Quejas		
<input type="checkbox"/>	Valet Parking	<input type="checkbox"/>	Buzón de Sugerencias		
<input type="checkbox"/>	Recepción	<input type="checkbox"/>	Caja de Seguridad		
<input type="checkbox"/>	Lobby	<input type="checkbox"/>	Botones		
<input type="checkbox"/>	Reservaciones	<input type="checkbox"/>	Bell Boy		
<input type="checkbox"/>	Bodega de Equipaje				

FORMAS DE PAGO		TARIFAS	
<input type="checkbox"/>	Tarjeta de crédito	<input type="checkbox"/>	Tarifas corporativas
<input type="checkbox"/>	Cheque de viajeros	<input type="checkbox"/>	Tarifas individuales
<input type="checkbox"/>	Efectivo	<input type="checkbox"/>	Tarifas Grupales
<input type="checkbox"/>	Cheques empresariales	<input type="checkbox"/>	Otros, Especifique
<input type="checkbox"/>	Cheques personales		

Ilustración 257 Condiciones físicas para alojamiento

b. CLASIFICACION PARA PUNTA REAL RESPECTO AL ALOJAMIENTO

Según la clasificación internacional de forma comercial de puntuación por estrellas el Centro Ecoturístico punta real entra en la clasificación de hotel de Media Estrella

Según la normativa Salvadoreña

Estaría clasificado como un lugar con servicio de Alojamiento que si incrementa su capacidad con la incorporación de todos los proyectos aquí diseñados clasificaría como pequeño hotel.

Con más de 5 habitaciones y 14 personas como mano de obra directa para la atención y servicios.

En cuanto a la clasificación por tipo de hotel en El Salvador tiene tres posibles Hotel de Playa, Hotel Rustico y Hotel de paso u Hotel alojamiento.

La primera por el lugar de ubicación, el segundo por el diseño de las instalaciones y tercero por el tipo de servicio que solamente es a través de paquetes y en raras ocasiones si el cliente así lo solicita y no estaba incluido en el paquete.

Para obtener una certificación acerca de la calidad del hotel, restaurante y servicios ofrecidos se deberá inscribir el centro ecoturístico en MITUR y solicitar la evaluación correspondiente según las listas de verificación anteriormente mostradas.

c. CLASIFICACION DE RESTAURANTES POR TENEDORES SEGÚN LA NORMA SALVADOREÑA

Al igual que los hoteles se clasifican por estrellas, los restaurantes son clasificados por tenedores, desde cinco tenedores que es la clasificación de un restaurante de lujo, hasta un tenedor que es la clasificación de un restaurante de cuarta o más sencillo. A continuación señalaremos un resumen de los requisitos básicos según la norma salvadoreña para clasificar los restaurantes.

a) Restaurantes de Lujo (Cinco Tenedores)

Este tipo de establecimientos debe tener una organización eficaz, regidas por normas y procedimientos y, contar con políticas internas y externas para su manejo.

Los restaurantes de este tipo son adornados generalmente con maderas muy finas, las mesas y las sillas deben estar acordes a la decoración; alfombras de muy buena calidad, la música (viva o ambiental) debe ser suave, las luces (focos y lámparas) deben ser graduables y el aire acondicionado debe ser controlado por termostato.

Los alimentos y las bebidas tienen obligatoriamente que ser de la más alta calidad, la higiene debe reinar en todas las áreas: frente, salón, cocina, baños y, por último, el personal debe estar debidamente uniformado.

El personal de servicio además de estar capacitado para cada función debe ser entrenado periódicamente para garantizar un servicio eficiente y elegante. Además se deberá contar con:

- Entrada para los clientes independiente de la del personal de servicio
- Guardarropa y vestíbulo o sala de espera
- Comedor con superficie adecuada a su capacidad
- Teléfono en cabinas aisladas y teléfono inalámbrico para el servicio al cliente
- Aire acondicionado
- Servicios sanitarios con instalaciones de lujo, independientes para damas y caballeros
- Decoración en armonía con el rango del establecimiento
- Buffet frío a la vista, en el comedor (opcional)
- Accesorios diversos: carros para flamear, mesas auxiliares, cubre fuentes

- Cocina equipada con almacén, bodega, cámara frigorífica, despensa, oficina, hornos, gratinador, parrilla para pescados y carnes, fregaderos, extractores de humos y olores.
- Carta con variedad de platos de la cocina nacional e internacional y carta de vinos amplia modificada periódicamente
- Personal debidamente uniformado
- Cubertería de acero inoxidable o de plata.

b) Restaurantes de Primera (Cuatro Tenedores)

- Entrada para los clientes independiente de la del personal
- Sala de espera
- Guardarropa (en países fríos)
- Teléfono inalámbrico
- Comedor con superficie adecuada a su capacidad
- Aire acondicionado, calefacción y refrigeración
- Mobiliario y decoración de primera calidad
- Servicios sanitarios independientes para damas y caballeros
- Cocina con cámara frigorífica separada para pescados y carnes, horno, despensa, almacén, bodega, fregaderos y ventilación exterior
- Personal de servicio debidamente uniformado
- Cubertería de acero inoxidable

c) Restaurantes de Segunda (Tres Tenedores)

- Entrada para los clientes independiente de la del personal de servicio
- Guardarropa
- Teléfono inalámbrico para el servicio al cliente
- Comedor con superficie adecuada a su capacidad
- Mobiliario de calidad
- Servicios sanitarios independientes para damas (incluye niños) y caballeros
- Cocina con cámara frigorífica, despensa, almacén fregaderos, ventilación al exterior
- Carta en consonancia con la categoría del establecimiento
- Personal de servicio debidamente uniformado
- Cubertería de acero inoxidable

d) Restaurantes de Tercera (Dos Tenedores)

- Comedor con superficie adecuada a su capacidad
- Teléfono inalámbrico
- Mobiliario adecuado

- Cubertería inoxidable, vajilla de loza o vidrio, cristalería sencilla y mantelería con servilletas de tela o papel
- Servicios sanitarios independientes para damas y caballeros
- Cocina con fregadero con agua caliente, cámara frigorífica o nevera, despensa y extractor de humos
- Personal de servicio uniformado al menos con chaqueta blanca
- Carta sencilla

e) Restaurantes de Cuarta (Un Tenedor)

- Comedor independiente de la cocina
- Cubertería inoxidable, vajilla de loza y vidrio, cristalería sencilla, servilletas de tela o papel
- Servicios sanitarios decorosos
- Personal perfectamente aseado
- Carta sencilla

Actualmente el Centro Ecoturístico Punta Real el cual brinda el servicio de restaurante a los turistas que realizan turismo en la zona, no se encuentra dentro de alguna de las clasificaciones antes mencionadas, pero con la ejecución del Plan de Desarrollo Turístico, el Centro Ecoturístico Punta Real será clasificado como restaurante de un tenedor, ya que cumplirá todos los requisitos de la clasificación de un tenedor.

6. REQUERIMIENTO PARA EL PROGRAMA DE CALIDAD TURISTICA Y SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL

RECURSO HUMANO	CANTIDAD
Manejo del sistema de gestión de la calidad	1
Seguridad turística	2
Huerto casero y compost casero	2
Expansión de energía solar	1
MATERIALES	CANTIDAD
Botiquín	2
Azatin	2 galones
Guantes	2 pares
Impresión de formato de inspección	20 impresiones

Impresión de encuesta a los turistas	50 impresiones
Impresión de Lista de chequeo de instalaciones	20 impresiones
MOBILIARIO Y EQUIPO	CANTIDAD
Compost casero de palets	1
Extintores	1
Tijeras de podar	2
Palas	2
Rastrillos	2
Azada de jardinero	1
Tenedor para romper terreno	1
Manguera para rociar el huerto	1
Jardinera de madera de palets	4
Semillero	2
Sistema fotovoltaico aislado	4
TIEMPO PARA EJECUTARLO	
Proyecto: sistema de gestión de la calidad	1 mes permanentemente
Proyecto: seguridad turística	2 semanas y permanente
Proyecto: expansión de energía solar	3 meses
Proyecto: diseño de huerto casero	1 semana
Proyecto: diseño de compost casero	1 semana

Tabla 300 Requerimientos del Programa Calidad Turística y Sostenibilidad Ambiental

H. PROGRAMA DE SEÑALIZACION TURISTICA

1. INTRODUCCION

Todo destino turístico debe contar con señalización turística de sus instalaciones, el uso de señales permite a los turistas poder guiarse de manera rápida y segura. De esta manera la señalización turística guía y lleva al turista a los lugares de interés.

La señalización turística debe estar presente internamente en los destinos turísticos, la cual son de tipo informativo, preventivo y de prohibición. La señalización turística externa al destino turístico, debe de guiar y capturar al turista para que estos se motiven a visitar los destinos turísticos.

2. OBJETIVOS

Desarrollar los tipos de señales que se deben utilizar para realizar la correcta señalización turística dentro y fuera del Centro Ecoturístico Punta Real, para facilitar la información al turista.

- Establecer la señalización que se utilizara dentro de las instalaciones del Centro Ecoturístico Punta Real.
- Establecer las señales que se utilizaran fuera de las Instalaciones del Centro Ecoturístico Punta Real

3. CONTENIDO

El programa solo contiene el proyecto que se desarrolla a continuación:

a. PROYECTO: SEÑALIZACIÓN INTERNA Y EXTERNA DEL CENTRO ECOTURISTICO

La acción de señalar, implica expresar una idea por medio de un símbolo. Se debe de brindar al turista información y la localización precisa de los atractivos y servicios con que cuenta, creando símbolos especiales para distinguir cada uno, estos símbolos se conocen con el nombre de pictogramas. Asimismo la señalización servirá para que el turista se informe no solo de donde se encuentran las diferentes áreas localizadas sino para promocionar las instalaciones en las afueras de la Punta San Juan del Gozo es decir en el Malecon ya que la señalización turística ayudara a que los mismo turistas decidan visitar Punta Real inclusive cuando estos no tengan una idea precisa.

- **Señalización interna**

Señalización turística

Los colores de los pictogramas son muy importantes, a continuación se presentan sus significados:

COLORES	
AZUL	Se utilizará como fondo en las señales turísticas informativas tanto urbanas como rurales
CAFÉ	Puede ser utilizado como fondo para señales guías de lugares turísticos, centros de recreo e interés cultural.
ROJO	Se utilizara como fondo en las señales restrictivas o prohibidas "PARE" "NO ENTRE" y para las franjas y diagonales en las señales de reglamentación
AMARILLO	Se utilizara como fondo para las señales de prevención
BLANCO	Se utilizara como fondo para las leyendas o símbolos de las señales.
NEGRO	Se utilizara como fondo en las señales informativas así como en los símbolos y leyendas de las señales de reglamentación, prevención, construcción y mantenimiento.

Tabla 301 Escala de Colores

Tipos de señalización

- Señalamiento Informativos

Estos señalamientos brindan información geográfica, sobre destinos, distancias y actividades que se pueden practicar, así como los servicios disponibles en la zona. Los señalamientos informativos deben llevar de la mano al viajero desde el acceso en carretera hasta los sitios naturales de mayor belleza o interés. Están enmarcados en cuadro azul.

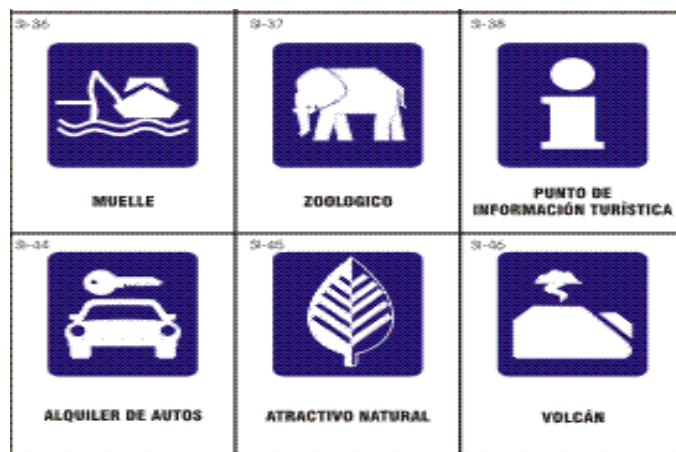


Ilustración 258 Señalamientos

- Señalamientos preventivos

El propósito de estos señalamientos es atraer la atención del turista hacia obstáculos u otros peligros de la naturaleza en general o en la práctica de alguna actividad en particular.

Están enmarcadas en una figura amarilla o triangulo rojo tradicionalmente alude la atención o precaución.



Ilustración 259 Señalamiento preventivo

- Señalamiento restrictivo

La prohibición de ciertas actividades o actitudes es determinante en la seguridad y comportamiento del turista. Una franja cruzada y color rojo advertirá un señalamiento restrictivo.



Ilustración 260 Señalamiento restrictivo

Mapa de señalización



Ilustración 261 Mapa de Señalización de Punta Real

A continuación se presentan las áreas que se señalarán en las instalaciones del Centro Ecoturístico Punta Real:

Espacio físico	Tipo de señalamiento	Espacio físico	Tipo de señalamiento
Restaurante (Rancho)	Restictivo Preventivo	Cocina	Preventivo Restrictivo
Bungalows	Restictivo	Ranchito	Preventivo
Hamaqueros	Informativo Restrictivo	Piscina	Informativo Restrictivo
Sombrilleros	Restictivo	Estación de Bar	Informativo Restrictivo
Muelle	Restictivo Informativo Preventivo	Área de Spa	Informativo Restrictivo
Cocina	Preventivo Restrictivo	Cocina	Preventivo Restrictivo
Ranchito	Preventivo	Ranchito	Preventivo
Piscina	Informativo Restrictivo	Área huerto casero	Informativo Restrictivo
Sanitarios	Informativo	Área de juego para niños	Informativo Restrictivo

Tabla 302 Áreas a Señalizar

- **Señalización externa**

La señalización externa es aquella que tendrá como objetivo atraer al turista, ya sea haciendo uso de banners informativos, mapas de ubicación del destino turístico, rótulos informativos.

La mayor afluencia de turistas a la bahía de Jiquilisco se da en el Puerto El Triunfo, es por ello que en temporada alta debe colocar volantes en la Oficina de Información Turística así los turistas podrán elegir más fácilmente entre las ofertas turísticas que se ofrecen en El Malecón cuando ellos llegan.



Ilustración 262 Ejemplo de rotulo de información turística

En la Costa Sur del Departamento de Usulután, se forma un estero llamado antiguamente "Bahía Xirihualtique", en lengua Potón, Bahía de las estrellas y hoy conocida como Bahía de Jiquilisco.

El escenario que ofrece la majestuosa Bahía de Jiquilisco, situada en el departamento de Usulután, es un tesoro natural apreciado por turistas nacionales e internacionales.

La Bahía de Jiquilisco alberga la mayor abundancia de aves marino-costeras en El Salvador, muchas de las cuales están amenazadas o en peligro de extinción. La exploración de las muchas islas de la bahía, canales de manglares y playas desoladas es verdaderamente impresionante.

Entre las actividades que se pueden realizar en Punta Real están degustaciones de platillos y bebidas entre ellas la especialidad a base de coco, nadar en las aguas cristalinas de nuestra laguna y nuestra playa virgen, puedes realizar paseos en lancha, senderismo, estaciones de bocadillos, bar, área de spa y actividades acuáticas....Ven y disfruta de la mejor experiencia ecoturística en Punta Real.

Visítanos, nuestros paquetes incluyen:

- PAQUETE "BÁSICO"
- PAQUETE "PASE DE DIA"
- PAQUETE "TODO INCLUIDO"
- PAQUETE "PREMIUM"

Ilustración 263 Brochure informativo

Asimismo la señalización externa deberá primero indicar la ubicación del Centro Ecoturístico Punta Real, de forma bastante formal como destino único en su género promoviendo el Turismo Ecologico mezclado con el Turismo de Sol y Playa.

Se pretende mostrar dos tipos de rotulaciones impórtanosla primera de ellas es justo como lo indican los rótulos sobre las carreteras o vías de acceso principales, y el segundo de estos será un rotulo informativo sobre Punta real y sus servicios.

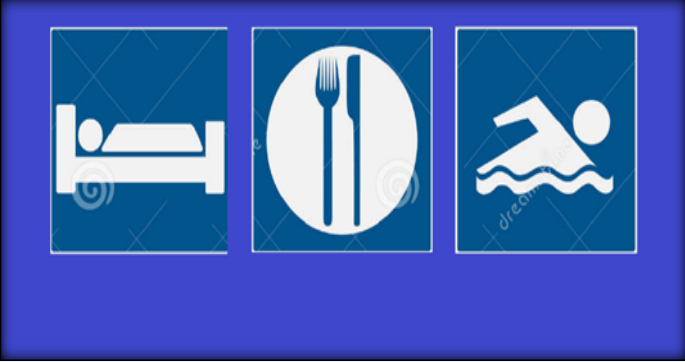

ROTULO	DESCRIPCIÓN
	<p>Azul: Se pretende colocar tres de estos rótulos separados a 500 mts de forma físicamente.</p>
	<p>Usted está aquí Este será ubicado dentro del malecón, justamente a las orillas para dar pequilla descripción y las aventura que viviremos en dieres es competencia.</p>

Tabla 303 Ejemplos de señalización

4. REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA DE SEÑALIZACIÓN

RECURSO HUMANO	CANTIDAD
Encargado de programa de señalización	1
Encargado de repartir material informativo	1
MATERIALES	CANTIDAD
Impresión de brochures	100
Rotulo de información	1

Señales de salvamento:	1
Punto de reunión.	1
Señales de información:	3
Sala de espera	1
Baños.	2
Señales de prohibición:	3
No fumar	6
Prohibido el paso a personas no autorizadas	2
Prohibido los animales	1
Señales de lucha contra incendios:	3
Extintor	3
Ubicación equipo de lucha contra incendios	2
Señales de salvamento:	3
Direccionamiento de la salida de emergencias	2
Salida de emergencias	1
Señales de prohibición:	3
No fumar	1
Prohibido el paso a personas no autorizadas	1
Prohibido los animales	1
Señales de lucha contra incendios:	3
Extintor	1
Ubicación equipo de lucha contra incendios	2
Señales de salvamento:	4
Punto de reunión.	1
Señales de información:	2
Baños.	2
Señales de prohibición:	2
No fumar	2
Prohibido el paso a personas no autorizadas	1
Prohibido los animales	8
	10
Extintor	6
Ubicación equipo de lucha contra incendios	2
Señales de salvamento:	3
Direccionamiento de la salida de emergencias	2
Salida de emergencias	1
DURACION	CANTIDAD
Señalización Externa	3 meses
Señalización Interna	2 meses – semi permanente

Tabla 304 Requerimientos del Proyecto Señalización

I. PROGRAMA: CONTINGENCIA

1. INTRODUCCION

El programa de contingencia una serie de líneas estratégicas y de procedimientos alternativos al funcionamiento normal del Centro Ecoturístico, cuando alguna de sus funciones usuales se ve perjudicada por una contingencia interna o externa.

Un programa de contingencia permite tomar decisiones sobre como funcionar cuando se suscitan eventos inesperados este programa está dirigido a la contingencia que se debe seguir cuando se producen acciones que están fuera del funcionamiento normal. Se tomara en cuenta las acciones de contingencia que se deben tener respecto a los servicios que se brindan asimismo sobre eventos naturales los cuales no se pueden controlar tampoco. Pese a todas las medidas de seguridad a implementar en el funcionamiento del Centro Ecoturístico Punta Real, puede ocurrir un desastre, por tanto es necesario el programa de contingencias.

2. OBJETIVOS

Establecer las líneas a seguir cuando se originen eventos que no son del funcionamiento normal para garantizar la seguridad de los turistas, el personal y evitar pérdidas generados por eventos fortuitos asimismo asegurar un servicio de calidad.

- Establecer líneas de acción frente a sucesos no programados que se produzcan respecto a los servicios turísticos para entregarle al cliente un servicio que sea de su agrado.
- Plantear las respuestas que se deben dar sobre percances de índole natural y como minimizar el impacto de esos sobre los turistas que estén haciendo uso de las instalaciones en general para reducir accidentes o pérdidas que se pueden ocasionar debido a desastres naturales.

3. CONTENIDO

El programa tiene dos proyectos sobre el que se desarrolla los cuales son los siguientes:

- Proyecto: Contingencia para los Servicios Turísticos
- Proyecto: Contingencia para riesgos

a. PROYECTO: CONTINGENCIA PARA LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

Durante la prestación de servicios se pueden dar situaciones que requieren una respuesta inmediata como son aquellos eventos no programados por parte de los turistas que hacen uso de las instalaciones. El Centro Ecoturístico Punta Real de R.L, ofrece actualmente servicios turístico de recreación, pesca, recorridos en lancha, infraestructura en general en la que se incluye un rancho principal de dos plantas con vista a la Bahía, bungalós con mesas y desvestideros, ranchos hamaqueros, senderos por el territorio, actividades acuáticas como Bananas y Kayak. Además el menú de comida incluye (Pollo, carne, camarones, mariscos todo acompañado con arroz, ensalada y bebida) y se debe tomar en consideración este aspecto para actuar ante eventualidades que no suceden con normalidad.

- **Capacidad De Servicios Turísticos E Infraestructura**

Entre las diferentes acciones que se promueven en Punta Real de R.L, se encuentran, pesca artesanal, paseos en lanchas, ricos platillos con productos propios de la zona, paseos por el lugar, montar a caballo, estadía en ranchos hamaqueros.

*Las mesas incluyen 4 sillas, cada mesa tiene una capacidad de 4 personas máximo.

Restaurante		
Descripción		Cantidad
Recurso Propios	Mesas de plástico	5
	Mesas de madera	5
	Mesa de metal	4
Recurso de terceros	Mesas alquiladas	24
Capacidad de Carga Turística		38
Capacidad Real		14

Tabla 305 Capacidad Instalada

Actualmente El Centro Ecoturístico Punta Real tiene una capacidad de carga turística de atender a 150 personas en el restaurante sin problemas siempre y cuando estas reserven previamente ya que sin avisar solo pueden atender a un aproximado 56 personas diarias según lo expuesto por el Señor Don Leonel, ya que propiamente solo poseen 14 mesas propias, con estas no dan abasto y dependiendo de la llegada de turistas al lugar estos alquilan más mesas que pueden variar dependiendo de las personas que lleguen al lugar.

Descripción	Cantidad	Capacidad Instalada	Capacidad Real
Ranchos hamaqueros	4	4	4
Ranchos Sombrilleros	3	3	2
Búngalos	2	2	1
Lancha	1	30 Personas	18 personas

Tabla 306 Análisis de Capacidad instalada servicios de estadía, hospedaje y servicio de lancha

En la contingencia para se pretende tener acciones para mantener el funcionamiento normal del Centro Ecoturístico Punta Real, en caso de que ocurriera algún percance que amenace con el mal funcionamiento de algún servicio.

Los servicios que se prestan en el Centro Ecoturístico Punta Real incluyendo las nuevas incorporaciones, son los siguientes:

- **Servicio de restaurante:** este cuenta con capacidad real para 56 personas.
- **Servicio de alojamiento:** tiene la capacidad de 12 personas distribuidas en 3 Bungalows.
- **Servicio de estadía:** para este servicio se cuenta con 4 ranchos hamaqueros, 3 ranchos Sombrilleros, con una capacidad real para 24 personas en total.
- **Actividades acuáticas:** entre ellas se tienen kayak y banana náutica.

Acciones

- En caso de que la capacidad del restaurante exceda la capacidad real, se debe alquilar sillas y mesas para abastecer la demanda de turistas, ya que el Centro Ecoturístico Punta Real cuenta con áreas verdes que pueden ser utilizadas.
- Si la capacidad de alojamiento es excedido, se debe adquirir tiendas para camping para poder abastecer y brindar a los turistas una opción para alojarse sin tener que moverse fuera de la planta turística.
- Alianzas con hostales alrededor de la bahía, para que alquilen el servicio de alojamientos, en caso de que el servicio de alojamiento sea excedido, donde se aplicara la estrategia ganar-ganar.
- En caso de algún incidente o accidente, se debe contar con transporte disponible para poder mover al afectado en caso de que sea necesario.
- En caso de avistamiento de depredadores marítimos como tiburones, rayas y proliferación en grandes cantidades de medusas se debe notificar a las instituciones pertinentes como Ministerio de Medio Ambiente. Además de señalización en los lugares con mayor probabilidad de ocurrencia. En caso de que los turistas se encuentre realizando alguna actividad acuática se suspenderán inmediatamente y se retiraran a los turistas fuera del agua.

Tienda para acampar (tipo de carpa iglú)



Ilustración 264 Tienda para acampar iglú

Esta está hecha de materiales más livianos y por lo tanto es mucho más fácil de transportar y mejor resistencia a los vientos debido a su forma. Digamos que el nombre se debe justamente a que su forma recuerda a las construcciones de hielo de igual denominación. La capacidad de la tienda debe de ser para 4 personas, además debe incluir saco para dormir. El saco para dormir debe ser apto para los climas tropicales.

Instituciones de apoyo

- Policía Nacional Civil, división de Medio Ambiente.
- Medio Ambiente y Recursos Naturales.
- Protección Civil.

ESTRATEGIAS DE CONTINGENCIA

- Si el servicio de alojamiento se encuentra a su máxima capacidad y existen turistas que desean alojarse estando en las instalaciones, sabiendo que no desea las tiendas de campaña el turista, abocarse a los competidores de las cercanías y pedir que arrenden una habitación pero la pague el encargado del programa de contingencia.
- Si las bananas son utilizadas a su máxima capacidad y los turistas desean hacer uso y aun necesitan ampliar la cantidad de personas sobre donut, acercarse a Bahía Sport, o Solysal para que arrenden sus equipos de deportes acuáticos.
- Si los insumos de mariscos u otro producto de mar se agotan ofrecer una cortesía y comprar inmediatamente en La Pirraya o a los pescadores de la zona.

b. PROYECTO: CONTINGENCIA DE DESASTRES NATURALES

- **Tsunamis**

El Salvador es un país con una gran actividad sísmica y el riesgo de ser impactados por tsunamis es real y complejo, por lo que es prioritario educarnos y prepararnos para este tipo de eventos que, sin duda alguna, se generarán en el futuro.

Un tsunami es un tren o una serie de olas generadas por un rápido desplazamiento de un gran volumen de agua. Por lo general, un tsunami es producido en un 90% por sismos que ocurren en las zonas de subducción en el fondo del mar, un tipo de frontera de las placas tectónicas, para el caso de El Salvador la subducción se realiza entre la placa de Cocos que se sumerge en la Placa Caribe.

Cuando una gran porción del fondo del mar donde se genera el sismo se mueve verticalmente de forma rápida, un enorme volumen de agua es impulsado a una gran velocidad en todas direcciones. Ocurrido un sismo que genere un tsunami, es recomendable considerar en nivel de peligro a todos aquellos centros poblacionales localizados a una distancia menor a 100 km del epicentro del sismo por la afectación de un tsunami local; en nivel de alerta a los ubicados a distancias de 1,000 km del epicentro del sismo por la afectación de un tsunami regional; y en nivel de advertencia a las poblaciones asentadas a más de 10,000 km del origen del sismo por la afectación de un tsunami distal. Lo anterior es porque las olas de un tsunami se propagan en aguas profundas con una velocidad típica de 900 kilómetros por hora.

Tsunamis en Centro América

Para el caso de Centro América, los tsunamis han sido considerados fenómenos de origen natural que causan daños menores en comparación a los provocados por eventos de mayor frecuencia como: terremotos, erupciones volcánicas u otros de origen hidrometeorológico. Sin embargo datos históricos muestran que los tsunamis han causado muerte y destrucción en toda Centro América.

Las costas de Centro América están expuestas a tsunamis generados por sismos localizados frente a ellas, así como de aquellos originados por sismos distantes localizados desde la zona de Alaska hasta Sur América.

A lo largo del segmento de la costa de Centro América que se extiende desde el Oeste de Nicaragua hasta el Sur de México, la actividad sísmica reciente más fuerte, está caracterizada por sismos de una magnitud mayor a 6.0 en la Escala de Richter, los cuales son resultado de la subducción de la placa de Cocos debajo de la placa del Caribe.

Tsunamis en El salvador

La sección de la zona mesoamericana de subducción localizada en la costa pacífica de El Salvador, ha generado grandes terremotos en los últimos cien años. Además la deformación de la subducción de la placa de Cocos a profundidades de 40 km., ha causado grandes terremotos como el del 13 de Enero de 2001 de una magnitud de 7.6 grados, 40 km mar adentro de la costa. Este ambiente de terremotos de gran magnitud hace que, particularmente, la costa de El Salvador sea vulnerable a los tsunamis.

Se poseen datos históricos de tsunamis que han afectado la costa de El Salvador únicamente para los últimos 143 años. Los tsunamis ocurridos anteriormente no fueron reportados, ya sea porque fueron muy pequeños para causar daños significativos o porque impactaron zonas de la costa que estaban deshabitadas.

El incremento en los reportes de tsunamis durante el siglo XX se debe a la mejora en las comunicaciones en el ámbito global y al crecimiento de la población en las comunidades costeras. El aspecto negativo de ese crecimiento es que más personas están expuestas al riesgo de tsunamis. Durante ese siglo, El Salvador fue afectado por 9 tsunamis que ocasionaron pérdidas de vidas humanas y destrucción de infraestructuras y cultivos.

Existen nueve importantes comunidades expuestas al riesgo de tsunamis a lo largo de la costa de El Salvador: La Unión, San Rafael de Tasajera, El Zapote, Marcelino, LA Libertad, El Majahual, Acajutla, Barra de Santiago y Garita Palmera. La Unión, La Libertad y Acajutla son los lugares donde se ubican los tres puertos más grandes de El Salvador y donde están concentrados la mayoría de los residentes de las costas.

Protección Civil: medidas de prevención

Para la prevención de esta amenaza se simula su generación, propagación y arribo a la línea de costa, considerando características de sismos que pueden generar tsunamis. La primera medida de prevención ante este fenómeno natural consiste en admitir que los tsunamis son una realidad en las costas salvadoreñas y que su potencial destructivo no debe priorizarse por su frecuencia. La educación de la población en materia de prevención y la operación de un sistema regional de alerta de tsunamis son los aspectos básicos para mitigar la pérdida de vidas y de bienes materiales.

Para la preparación y prevención de tsunamis se registran, procesan y analizan las características de los sismos en el fondo del mar y las mediciones del nivel del mar en aguas profundas y la línea de costa.

Los productos a comunicar oportunamente son: profundidad del hipocentro, distancia del epicentro, magnitud del terremoto, velocidad de deslizamiento, tiempo de arribo, altura del tsunami y altura de inundación.

Como los sismos y por ende los tsunamis no son predecibles, la planificación se basa en escenarios que se obtienen simulando las características del tsunami a partir de características de sismos ocurridos y la batimetría (curvas de nivel en el fondo del mar) y topografía (curvas de nivel en tierra) de la Zona Costero-Marina. El grado de vulnerabilidad está en función de la degradación ambiental y ordenamiento territorial de la Zona Costero-Marina.

Pero, ¿dónde, cuándo y cómo va ser el próximo tsunami? El Servicio Oceanográfico Nacional fue creado para desarrollar trabajos de monitoreo e investigación con el propósito de dar respuesta a estas preguntas y, de esta forma, alertar a los organismos de Protección Civil y a la población en los esfuerzos para la prevención y mitigación del riesgo de tsunamis.

Planificación Local

La preparación ante la eventualidad de un tsunami constituye sólo parte de un plan integral que abarca un amplio abanico de potenciales daños locales, incluidos aquellos causados por terremotos, vientos y lluvias, tormentas intensas y erupciones volcánicas.

Cuando se genera un tsunami local, hay poco o nada de tiempo de alerta antes de que el mismo azote las costas. En consecuencia, los elementos básicos de la preparación ante la eventualidad de un tsunami comprenden la planificación anticipada y el establecimiento de áreas de evacuación, el mantenimiento de las rutas de evacuación, los sistemas de comunicación y la rápida divulgación de información precisa.

Las dos áreas clave que deben establecer los funcionarios son:

- El planeamiento urbano, para fortalecer el estado de preparación de las comunidades en riesgo, con inclusión de las restricciones de zonificación, el traslado a un terreno más elevado o la renovación y reconstrucción de las edificaciones deterioradas.
- La preparación ante emergencias, esto es, la estructura organizativa y las medidas que sustentan la preparación ante la eventualidad de un tsunami, como los sistemas de alerta, el establecimiento de zonas y rutas de evacuación, programas educativos públicos y la protección de la industria pesquera.

Bases para la preparación en caso de tsunamis

Al evaluar el riesgo, concretamente, al determinar la intensidad de un tsunami hipotético e identificar las áreas vulnerables, los funcionarios deben realizar proyecciones basadas en la hipótesis de un tsunami de la mayor intensidad posible. Al usar esta hipótesis de trabajo se promueve la máxima seguridad en materia de planificación. Investigaciones científicas recientes sobre terremotos que generaron tsunamis en las costas de alto riesgo, así como los datos de los tsunamis más grandes (por ejemplo, las marcas de altura del agua para tsunamis recientes y pruebas geológicas para eventos antiguos) nos brindan pruebas científicas, a veces muy exactas. Dicha información nos permite realizar proyecciones y evaluar la amenaza potencial de tsunamis en una zona determinada.

Protección de las personas y la propiedad en las comunidades amenazadas

Cuando azota un tsunami, la respuesta de una comunidad ante la emergencia será confusa e incierta si no existe una política de preparación claramente definida. La combinación de una planificación y una campaña exhaustiva para que las personas adquieran conciencia del peligro vinculado a los tsunamis puede proteger a las comunidades.

El hecho de que los tsunamis no se den con mucha frecuencia contribuye aún más a la indiferencia de la sociedad ante estos fenómenos.

Para poder implementar las medidas de preparación, es necesario que los residentes, los usuarios de las zonas costeras, las empresas privadas y los gobiernos lleguen a un entendimiento común. Frente a una amenaza de tsunami, las personas deben saber cómo protegerse.

Cinco pasos para estar preparados para casos de tsunami

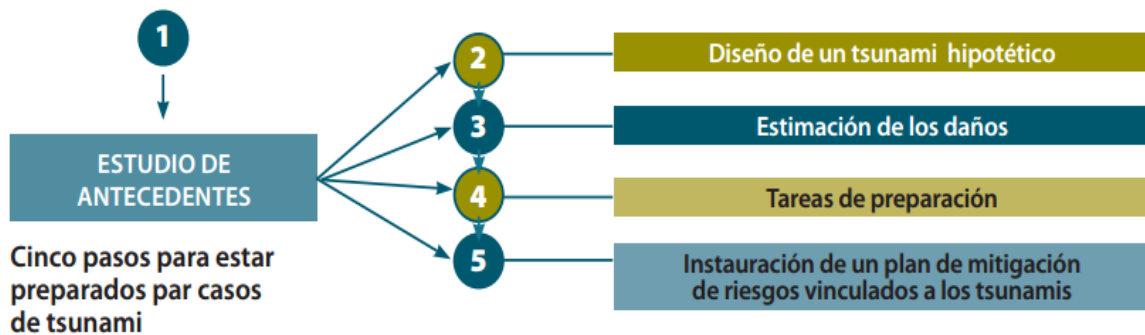


Ilustración 265 Pasos para Prepararse para un Tsunami

1. Estudio de antecedentes

- Estudio de los factores socioeconómicos

PUNTOS A VERIFICAR	
Parques, establecimientos turísticos y recreativos de la costa.	<ul style="list-style-type: none"> • La población turista aumenta el riesgo de víctimas • Falta de conocimiento de las áreas designadas para la evacuación • Áreas de evacuación insuficientes

Tabla 307 Puntos a verificar

- Investigación sobre los efectos de la topografía

EFECTOS POTENCIALES DE LA TOPOGRAFÍA	
Bahía en forma de V	La concentración de la energía del tsunami aumenta el nivel de agua en toda la bahía.
Extremo del cabo	Amplificación de la fuerza del tsunami debido a efectos resultantes de la topografía del lecho marino y la difracción producida por el cabo.
Interior de la bahía	Amplificación de la fuerza del tsunami debido a los efectos de resonancia: una bahía relativamente corta amplifica un tsunami local; una bahía larga amplifica un tsunami distante
Islas	Las ondas afectan el perímetro de la isla: el choque de las ondas que se desplazan en el sentido de las agujas de un reloj y en sentido contrario elevan el nivel del agua. Aunque la parte posterior de la isla no se encuentre frente a la fuente de la onda, esta situación aumenta mucho más el nivel del agua
Plataforma continental poco profunda	La altura del agua del tsunami es proporcionalmente inversa a la raíz cuarta de la profundidad del agua. Dicha profundidad también afecta la velocidad de propagación: cuanto más somera es el agua, más lenta es la velocidad. Posible concentración y amplificación del tsunami hacia las aguas someras.
Ríos y canales de agua	Alto riesgo de ingreso del run-up del tsunami por la desembocadura de los ríos o los canales que dan al océano

Tabla 308 Efectos potenciales de la topografía

- Evaluación de los daños causados por Tsunamis anteriores

DESCRIPCIÓN GENERAL	ELEMENTOS	OBJETIVO
Características del terremoto	Epicentro y áreas no afectadas	<ul style="list-style-type: none"> • Crear un Tsunami hipotético e investigar sobre el Tsunami más elevado. generado por un terremoto
	Tiempo y frecuencia	
	Magnitud	

	Parámetros de falla*	
	Área afectada	
	Generación de tsunami	
Características del tsunami	Frecuencia de ocurrencia	
	Amplificación (forma de onda, periodicidad, velocidad de propagación)	
	Refracción y resonancia	
	Tiempo de llegada después del terremoto	Similar a los objetivos antes mencionados, incluida la evacuación
	Nivel del agua y marca alta del agua	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar el tsunami hipotético • Evaluación del mayor tsunami anterior • Proyección de las áreas de peligro de inundación
	Estudios de sedimentología	
	Área de inundación (incluida la profundidad del agua)	
	Valor del run-up	
Evaluación de daños a las Personas y a la propiedad. **	Escala de los daños	Evaluación del peligro
	Características de los daños	
	Causas	
	Acciones de reconstrucción (entre ellas, respuesta a emergencias y la reconstrucción propiamente dicha)	Consiguiente planificación

Tabla 309 Puntos a evaluar

Revisión de los planes existentes de preparación para casos de Tsunami

ÁREA GENERAL	ELEMENTOS	OBJETIVO
Sistema de alerta de tsunami	Organización responsable (estructura y autoridad) Sistema de alerta (destinatarios, método, canales, transmisión y recepción y duración de la transmisión)	Cálculo del momento de inicio de la evacuación y viabilidad de las medidas de emergencia
Organizaciones de emergencia	Informe de actividad conjunta de los departamentos de policía/ bomberos. Guardia costera o su equivalente (Armada) Organizaciones de emergencia basadas en la comunidad • Ubicación y distribución de los departamentos de policía/ • Ubicación y distribución de los departamentos de policía/ preparación en caso de desastre.	Evaluación de la capacidad de respuesta ante emergencias y conocimiento del programa de mitigación por parte del público en general. bomberos/ guardia costera/ Armada e instalaciones.
Programas educativos	Fomento de la conciencia pública a través de la televisión, la radio y la prensa escrita • Difusión en publicaciones de información general • Emplazamiento de monumentos conmemorativos y carteles y letreros de alerta de tsunamis • Eventos conmemorativos para fomentar la toma de conciencia del peligro de tsunamis • Distribución de folletos relacionados con tsunamis • Colocación de carteles indicadores de las rutas de evacuación • Distribución de manuales sobre evacuación • Planes de estudio con contenidos sobre la preparación ante Tsunamis • Escuelas rurales como centros de preparación de la comunidad	
Simulacros del programa de mitigación de riesgos vinculados a los tsunamis	Contenido de los simulacros, frecuencia de los simulacros Grado de participación de los residentes locales	Evaluación de la capacidad de respuesta ante emergencias
Sistema de organización para	Emisión de avisos y órdenes de evacuación, sistema de	Evaluación del sistema de evacuación

emergencias y evacuaciones	comunicación, asistencia para la evacuación (identificación de autoridades y organizaciones responsables) • Tsunamis locales/ distantes	
Preparación y mantenimiento de las rutas y áreas de evacuación.	Sitios de evacuación, designación de rutas de evacuación, distribución de los sitios de evacuación, ubicación de las rutas de evacuación, topografía y altitud de los sitios de evacuación, capacidad de evacuados, áreas de evacuación (incluida su relación con las zonas residenciales), estructuras del sitio de evacuación, preparación de las rutas de acceso, ancho de los caminos, potenciales fuentes de problemas (puentes, túneles, etc.)	Evaluación de la viabilidad, sitios, rutas y Seguridad de la evacuación.
Medidas de planeamiento urbano para una mejor preparación para casos de tsunami	<ul style="list-style-type: none"> • Reubicación en zonas más altas • Uso de la tierra, incluidos contrafuertes • Establecimiento de zonas de amortiguamiento • Planes de desarrollo futuro 	Evaluación de riesgos vinculados a los tsunamis
Estructuras de protección	<ul style="list-style-type: none"> • Proceso de construcción • Justificación (dentro del contexto del programa global) • Tipo de estructura (diques, protección costera, parapetos) • Ubicación • Estructura básica • Fecha de construcción • Longitud • Altura de las estructuras • Política básica de construcción • Instalación de escaleras de evacuación • Método de drenaje natural del agua • Tipo de playa frente a la estructura (incluir las modificaciones posteriores a la construcción) • Estado de los diques antiguos y otras defensas • Progreso de los planes en implementación • Planes de desarrollo futuro 	<p>Evaluación del peligro de inundación</p> <p>Proyección del área de inundación</p> <p>Verificación de la seguridad durante la evacuación</p> <p>Verificación del mantenimiento del dispositivo de protección</p>

Tabla 310 Puntos a examinar

2. Diseño de un Tsunami Hipotético

Un Tsunami hipotético puede diseñarse empleando dos fuentes principales de información:

- a. Datos del mayor Tsunami ocurrido (según las relativamente precisas marcas de agua o pruebas geológicas). Es necesario calcular los niveles de agua más altos, pero esto es insuficiente si no se los complementa con un tiempo estimado de llegada del Tsunami (determinado por la distancia entre la fuente de la onda y la línea costera en cuestión) y con un tiempo de evacuación para las personas, los barcos y buques.
- b. Datos sísmicos (o de terremotos) recientes que se relacionen con la posible generación de Tsunamis a lo largo de costas específicas. Cabe señalar que el terremoto más grande no necesariamente da lugar al Tsunami más grande. Incluso un terremoto de magnitud relativamente pequeña puede provocar un Tsunami. Por tanto, para diseñar un Tsunami hipotético se emplean evaluaciones del epicentro, la escala, la profundidad y ubicación de un terremoto, la dirección de la energía y el desplazamiento de la falla.

3. Estimación de los Daños

Para proteger a las personas y a la propiedad contra el daño causado por un Tsunami hipotético, primero debe calcularse el tipo y la escala de los daños esperados.

Métodos para calcular el área de inundación

Un mapa que proyecta efectivamente la inundación causada por un Tsunami ayuda a los planificadores a tomar de-cisiones fundamentadas para proteger a las personas y a la propiedad en zonas de alto riesgo.

- Cálculo de la altura máxima de un Tsunami

A lo largo de cada línea de costa, la altura máxima se establece de acuerdo con los cálculos numéricos del Tsunami hipotético.

- Cálculo de la inundación

La inundación se calcula comparando la altura máxima del Tsunami a lo largo de cada litoral, teniendo en cuenta la altura que tienen las estructuras de protección de la costa.

Elementos para que la proyección determine el área de inundación:

- Nivel del agua del Tsunami en la costa (incluido el nivel máximo del agua);
- Hora precisa de llegada del Tsunami;
- Profundidad de la inundación en tierra;
- Aumento de la velocidad en los bordes de las áreas de inundación.

Viabilidad de la Evacuación

El sistema de alerta y evacuación en caso de catástrofe es el elemento más importante para garantizar la seguridad de los habitantes. En el plan de evacuación, el tiempo de llegada del Tsunami hipotético sólo da poco tiempo para que las personas se trasladen de

manera segura a las zonas de refugio. Por consiguiente, los sitios y rutas de evacuación deben seleccionarse con mucho cuidado.

Puede que la primera onda no produzca necesariamente la inundación (run-up) más alta. Los planes de seguridad de-ben contemplar una serie de ondas.

1. Determinación de los Sitios de Evacuación y las Zonas de Seguridad

Debe examinarse la disponibilidad de zonas de seguridad que puedan emplearse como sitios de evacuación a los cuales se pueda llegar caminando. Las zonas de seguridad potenciales son colinas con una altura superior

A diez metros o terrenos abiertos fuera del área de inundación. Estas zonas deben estar libres de la amenaza de incendios. Debe estudiarse la posibilidad de utilizar edificios altos para realizar una evacuación vertical en las áreas que no cuenten con terrenos seguros.

2. Cálculo del Tiempo de Evacuación

El tiempo de evacuación se calcula utilizando la distancia hasta la zona de seguridad y la velocidad a la que se desplazan los evacuados.

- Debe designarse un camino que reúna estas condiciones necesarias y represente la ruta más corta posible. Cuando una zona de seguridad limita con un río o colinas, puede que sea necesario desviarse bastante. En el recorrido deben eliminarse los puntos peligrosos o es-trechos que puedan obstaculizar la evacuación.
- El tiempo requerido para la evacuación se establece a una velocidad de caminata humana. Por cuestiones de seguridad, esta velocidad debe ajustarse al paso de los ancianos o las personas con discapacidad en aquellas zonas donde viven muchos residentes con estas características.

3. Tareas de Preparación

Una vez que se hayan llevado a cabo el estudio básico, la investigación y el cálculo de los daños potenciales, podrá evaluarse la vulnerabilidad de la zona objetivo. A continuación se presentan dos medidas de protección que deben evaluarse, a saber:

1. El planeamiento urbano en función de la preparación para casos de tsunami; y
2. El sistema de organización para hacer frente a emergencias.

Categoría	Elemento	Consideraciones basadas en la situación actual
Organización para afrontar emergencias	Sistema de evacuación de residentes y pescadores	Distancia entre el sitio de evacuación y las áreas 1. residenciales, condiciones de las rutas e idoneidad del sitio de evacuación Localización de las personas 2. ancianas y con impedimentos

		físicos Conocimiento de la ubicación 3. de los sitios de evacuación; grado de conciencia de temas de seguridad Participación en simulacros de 4. evacuación
	Organizaciones de seguridad	Nivel de participación de la 1. comunidad Cantidad y actividades de 2. organizaciones voluntarias de seguridad, escuadrones de bomberos
	Sistema de alerta	Sistema vigente de alerta de 1. tsunami Actualización del sistema de 2. comunicación inalámbrico de las autoridades de seguridad; altoparlantes exteriores
	Información en la playa	Carteles que indiquen las rutas 1. hacia las áreas de evacuación Falla en el sistema de alerta de 2. tsunami
	Evacuación de los empleados de buques y puertos	Falta de sitios y rutas de 1. evacuación 2. Estrategia de evacuación
	Protección de la actividad pesquera	Falta de espacio de evacuación para buques pesqueros, depósitos para almacenamiento
	Educación sobre seguridad	Conocimiento público de los sitios de evacuación, conciencia de temas de seguridad, sensibilización de la comunidad

Tabla 311 Elementos para definir tareas a realizar

En función de las debilidades observadas en estas dos medidas, los planificadores podrán determinar y evaluar las áreas problemáticas que requieran atención.

4. Instauración de un Plan de Mitigación de Riesgos Vinculados a los Tsunamis

Para las autoridades locales la implementación de un plan de preparación para casos de tsunami constituye sólo una parte del plan global de mitigación de peligros.

Los planificadores serán los encargados de determinar el contenido, la organización, el método, el cronograma y la financiación necesaria.

Instituciones de apoyo

- POLITUR
- Fuerza Naval
- Policía Nacional Civil

- Alcaldía
- Protección Civil
- Policía Nacional Civil, división de Medio Ambiente.

- **CONTINGENCIA PARA INUNDACIONES**

Una inundación es la ocupación por parte del agua de zonas que habitualmente están libres de esta, por desbordamiento de ríos, torrentes o ramblas, por lluvias torrenciales, deshielo, por subida de las mareas por encima del nivel habitual, por maremotos, huracanes, entre otros.

El Centro Ecoturístico Punta Real, ubicado en la península San Juan del Gozo se encuentra la mayor parte rodeada de agua, lo que significa que las probabilidades de inundación ya sea por algún huracán, temporales, o elevación en el nivel del mar. Es por ello que es necesario tener acciones antes, durante y después de la inundación. Cabe mencionar que no se abordara las inundaciones por tsunamis, ya que se abordara en el proyecto: contingencia para tsunamis.

Acciones antes de la inundación

- Se debe tener transporte disponible para evacuar los turistas a zonas seguras en caso de alerta de posible inundación.
- Evacuar a los turistas después de recibir la alerta de evacuación de Protección Civil.
- Tener siempre disponible botiquín para primeros auxilios.
- Tener preparados y listos chalecos salvavidas.
- Después de recibir la alerta de inundación, se debe desconectar los equipos eléctricos, y la electricidad.
- Se debe tener preparado un radio portátil.

Acciones durante de la inundación

- Al evacuar dar prioridad a la salida de mujeres y niños en caso de que el transporte no sea suficiente para evacuar.
- Contactar a las instituciones de apoyo como Fuerza Naval, Protección Civil y Policía Nacional Civil, y solicitar apoyo para evacuar.
- En caso de no poder evacuar se debe buscar las zonas más altas y esperar a ser evacuado.
- Se debe evitar trasladarse a zonas con peligro de deslave.

Acciones después de la inundación

- Se deben seguir las instrucciones transmitidas por Protección Civil.
- En caso de que haya heridos, trasladarlos a emergencias después de la inundación.
- Se debe evaluar las condiciones de la planta turística, para identificar los daños ocasionados por la inundación.

4. REQUERIMIENTOS DEL PROGRAMA DE CONTINGENCIA

RECURSO HUMANO		CANTIDAD
Contingencia para servicios		1
Contingencia ante tsunamis		1
Contingencia ante inundaciones		2
MATERIALES		CANTIDAD
Impresiones		100
Manual de primeros auxilios		2
Gasa estéril		2
Esparadrapo (cinta adhesiva)		2
Vendas adhesivas de distintos tamaños		10
Vendas elásticas		10
Toallitas antisépticas		10
Jabón		2
Crema antibiótica (pomada de antibiótico triple)		2
Solución antiséptica (como peróxido de hidrógeno)		2
Crema de hidrocortisona (al 1%)		2
Acetaminofén (paracetamol) (como Tylenol) e ibuprofeno (como Advil o Motrin) los medicamentos habituales de venta con receta médica (si se va de vacaciones con su familia)		20
Pinzas		2
Tijeras afiladas		2
Imperdibles (alfileres de gancho)		2
Bolsas de frío instantáneo desechables		10
Loción de calamina		2
toallitas impregnadas de alcohol		20
Termómetro		2
Guantes de plástico (por lo menos 2 pares)		4
linterna con pilas de repuesto		2
maskarilla de reanimación cardiopulmonar		2
Sábana (guardada cerca del botiquín).		2
MOBILIARIO Y EQUIPO		CANTIDAD
Tienda para acampar (capacidad 4 personas)		4
Sacos para dormir		16
Chalecos salvavidas.		25
Radio portátil		2
TIEMPO PARA EJECUTARLO		
Contingencia para servicios		1 mes y permanentemente
Contingencia ante tsunamis		1 mes y permanente
Contingencia para inundaciones		2 semanas y permanente

Tabla 312 Requerimientos del Programa de Contingencia

CAPITULO VI EVALUACION DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO

CAPITULO VI EVALUACIONES DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO

Las evaluaciones de un proyecto son la base para la toma de decisión sobre el mismo, representan el final de la investigación de un proyecto y el inicio a su desarrollo o el aborto del mismo, es por ello que es muy importante realizar las diferentes evaluaciones.

En este capitulo es donde el proyecto se evaluara y se determinara la viabilidad, beneficio para la comunidad que reside en la zona o área de influencia, tambien se evaluara que tan perjudiciales o beneficiosas serán las actividades o proyectos a ejecutar.

En la evaluación económica se realizara para determinar la viabilidad y rentabilidad de la inversion, la cual es independiente de la fuente de financiamiento. En esta evaluación se evaluara la tasa minima atractiva de rendimiento (TMAR), el valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR), tiempo de recuperación de la inversion y la relación Beneficio/Costo.

Se realizara una evaluación financiera en las cual, se calularan indicadores o razones financieras que nos mostraran como se comportaría el plan si este se ejecutara, además se realizara un análisis de sensibilidad donde se evaluara en plan en diferentes escenarios.

Para la parte ambiental se elaborara la evaluación ambiental para determinar los impactos al medio ambiente de las actividades a ejecutar con la implementación del plan, para ello se hara uso de la matriz de Leopold. Tambien se realizaran las evaluaciones de género, socio económico, finalizando con la administración del proyecto.



Ilustración 266 Evaluaciones del Proyecto

A. METODOLOGIA

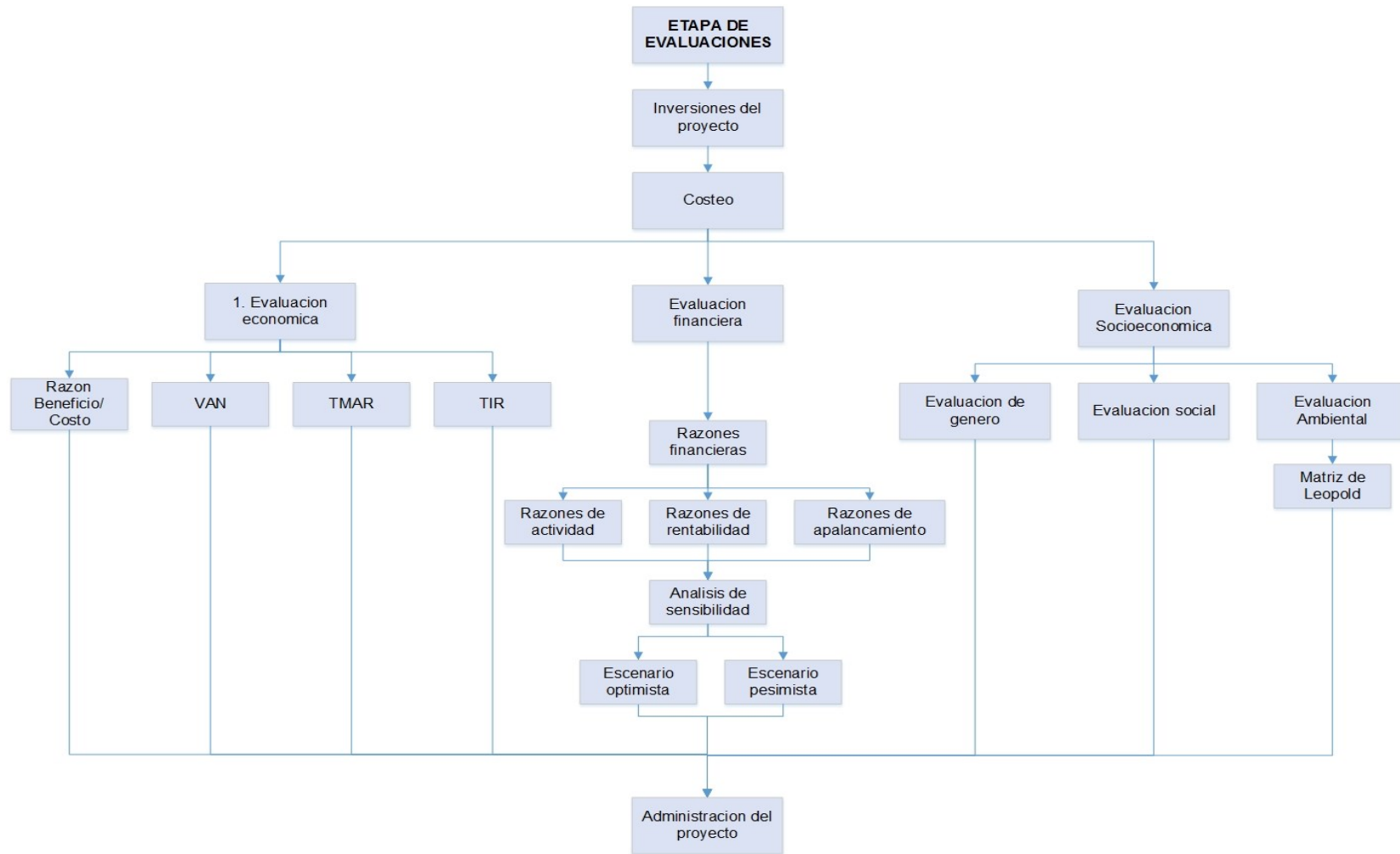


Diagrama 41 Metodologia de Evaluaciones

Evaluación económica

La evaluación económica busca identificar los impactos positivos y negativos del proyecto sobre los recursos reales y asignarles un valor que refleje el aporte marginal de cada recurso, además es un método de análisis útil para adoptar decisiones racionales ante diferentes alternativas, donde las evaluaciones económicas a realizar son:

- Determinación del costo de capital (Tasa mínima atractiva de rendimiento, TMAR).
- Valor Actual Neto.
- Método de la determinación de la tasa mínima de retorno (TIR).
- Tiempo de recuperación de la inversión.
- Relación beneficio – costo

Evaluación Financiera

Una evaluación financiera de proyectos es una investigación en profundidad de flujode caja y el riesgo con el objeto de determinar el eventual retorno de la inversión de un proyecto donde las razones que se calcularan son: Rotación de activos totales (RAT), Margen de utilidad en operaciones (MUO), Margen de utilidad neto (MUN), Rendimiento sobre activos (ROA), Razones de deuda total.

Análisis de sensibilidad

Consiste en evaluar el proyecto en diferentes escenarios, considerando el escenario optimista y pesimista, esto con el fin de proponer recomendaciones para el Centro Ecoturístico Punta Real.

Evaluación social

Consiste en presentar el impacto a nivel social que tiene el Plan de Desarrollo Turístico genera consecuencias positivas no solo por los ingresos económicos sino por el aporte al crecimiento de los conocimientos que poseen actualmente en la zona asimismo se presenta el impacto social a nivel de gobierno incluyendo el impacto en los servicios básicos entre otros.

Evaluación de género

La evaluación del impacto sobre el género se realiza con el fin de garantizar la inclusión de hombres y mujeres en los puestos de trabajo, pero es importante destacar que dicha inclusión no debe ser discriminativa sino en términos de igualdad la cual implica que los hombres y las mujeres deben recibir los mismos beneficios, recibir las mismas sentencias y ser tratados con el mismo respeto.

Evaluación ambiental

Es el proceso sistemático para identificar, predecir y valorar los impactos ambientales y proponer las medidas de mitigación o atenuación de las actividades, obras y proyectos antes de su ejecución, de tal forma que permita emitir un juicio sobre su viabilidad ambiental, la técnicas a realizar para la evaluación ambiental es:

- Matriz de Leopold

B. INVERSIONES DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO

Las Inversiones del proyecto, son todos los gastos que se efectúan en unidad de tiempo para la adquisición de determinados factores o medios productivos, los cuales permiten implementar una unidad de producción que a través del tiempo genera flujo de beneficios. Asimismo es una parte del ingreso disponible que se destina a la compra de bienes y/o servicios con la finalidad de incrementar el patrimonio de la empresa.

En la práctica toda inversión de proyectos tanto del sector público como privado, es un mecanismo de financiamiento que consiste en la asignación de recursos reales y financieros a un conjunto de programas de inversión para la puesta en marcha de una o más actividades económicas, cuyos desembolsos se realizan en dos etapas conocido como Inversión Fija y Capital de Trabajo.

1. INVERSION FIJA TANGIBLE

TERRENO

Este rubro se refiere al costo en la adquisición del terreno, en el caso del Centro Ecoturístico Punta Real, ya posee el terreno, a continuación se presenta el costo del terreno:

DESCRIPCIÓN	COSTO
Terreno	\$ 80,000.00 ⁴⁷

Tabla 313 Precio del Terreno

OBRA CIVIL

Este rubro se refiere a todas las actividades de construcción de la obra civil, desde la preparación del terreno (sí lo requiere) hasta la infraestructura externa e interna de todas sus áreas. A continuación se presentan estos costos:

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Restaurante (Rancho)	1	\$5.652,16	\$5.652,16
Ranchos Hamaqueros	4	\$1,120.00	\$4.480,00
Bungalows	3	\$2.500,00	\$7.500,00

⁴⁷ Cooperativa Punta Real Lic. Leonel Perez

Ranchos Sombrilleros	3	\$150,00	\$450,00
Muelle	1	\$7.200,00	\$7.200,00
Cancha de Futbol Playa	1	\$400,00	\$400,00
Cocina	1	\$6,000.00	\$6.000,00
Piscina	1	\$12,600.00	\$12.600,00
Baños y Vestidores	2	\$4,400.00	\$8.800,00
Tanque aereo con Estructura de Apoyo	1	\$4.800,00	\$4.800,00
Contruccion de Area de Juegos de niños	1	\$200.00	\$200,00
Construccion de Sendero	1	\$15.000,00	\$15.000,00
Construccion de Bodega	1	\$1.200,00	\$1.200,00
Construcción de Area de Descanso	1	\$3.100,00	\$3.100,00
Construccion Centro de Interpretacion Ambiental	1	\$1.500,00	\$1.500,00
Construccion del Bar	1	\$2.100,00	\$2.100,00
Construccion Estacion de Bocado y Bebidas	1	\$2.600,00	\$2.600,00
Construccion de estacion de raspados	1	\$2.100,00	\$2.100,00
Construccion de area de Spa	1	\$2.100,00	\$2.100,00
Compost casero	1	\$50.00	\$50,00
TOTAL			\$87.832,16

Tabla 314 Inversion de Obra Civil⁴⁸

MOBILIARIO Y EQUIPO

Este rubro comprende todos aquellos relacionados con la adquisición de la maquinaria, equipo, instrumentos y utensilios que serán indispensables en el proceso productivo, a continuación se presentan los costos de adquisición de mobiliario y equipo:

⁴⁸ Consultoria al Ing. Civil Rommel Morales

MOBILIARIO Y EQUIPO DE SERVICIO DE RESTAURANTE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cocina con parrilla	1	\$115,00	\$115,00
Licuada	1	\$25,00	\$25,00
Batidora	1	\$20,00	\$20,00
Microondas	1	\$80,00	\$80,00
Refrigeradora	1	\$230,00	\$230,00
Congelador (Frizer)	2	\$350,00	\$700,00
Horno (empotrable eléctrico)	1	\$1.295,00	\$1.295,00
Cafetera (36 tazas)	1	\$40,00	\$40,00
Sillas plásticas	20	\$7,50	\$150,00
Bancas de madera	10	\$30,00	\$300,00
Mesas de madera	5	\$70,00	\$350,00
Mesas plásticas	5	\$26,50	\$132,50
Mesas con sillas incluidas	5	\$90,00	\$450,00
Equipo de sonido	1	\$125,00	\$125,00
Alacena	1	\$210,00	\$210,00
Armario de cocina de madera	1	\$220,00	\$220,00
Estantería	3	\$69,95	\$209,85
Mesas de cocina de madera	2	\$15,00	\$30,00
Platos Planos de baquelita	80	\$0,60	\$48,00
Platos hondos de baquelita	80	\$0,60	\$48,00
Tazas de baquelita	56	\$0,45	\$25,20
Vasos de vidrio	80	\$3,50	\$280,00
Tenedores	80	\$0,25	\$20,00

Cucharas	80	\$0,25	\$20,00
Cuchillos	80	\$0,25	\$20,00
Cuchillo	6	\$1,50	\$9,00
Cucharas de Madera	6	\$2,00	\$12,00
Caserolas	10	\$12,00	\$120,00
Ollas	4	\$20,00	\$80,00
Copas Plasticas	56	\$0,70	\$39,20
TOTAL			\$5.403,75

Tabla 315 Inversion de Mobiliario y Equipo de Restaurante

MOBILIARIO Y EQUIPO DE SERVICIO DE ALOJAMIENTO

MOBILIARIO Y EQUIPO DE SERVICIO DE ALOJAMIENTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Camas	3	\$199.00	\$ 597,00
Mesa de noche	3	\$35.00	\$ 105,00
Ventilador	3	\$37.95	\$ 113,85
Lámpara de noche	3	\$27.95	\$ 83,85
Armario	3	\$120.00	\$ 360,00
Televisor	3	\$199.00	\$ 597,00
Camarote	3	\$310.00	\$ 930,00
Servicio (inodoro blanco)	1	\$49.95	\$ 49,45
Lavamanos	1	\$47.95	\$ 47,95
Ducha	1	\$32.90	\$ 32,90
TOTAL			\$2.917,00

Tabla 316 Inversion de Mobiliario y Equipo de Alojamiento

MOBILIARIO Y EQUIPO DE RANCHO HAMAQUERO

MOBILIARIO Y EQUIPO DE SERVICIO DE RANCHO HAMAQUERO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Hamacas	12	\$40.00	\$480.00
Lavamanos	4	\$47.95	\$191.80
Armario de pared pequeño	4	\$30.20	\$120.80
TOTAL			\$792.60

Tabla 317 Inversion de Mobiliario y Equipo de Rancho Hamaquero

MOBILIARIO Y EQUIPO DE SERVICIO DE PISCINA

MOBILIARIO Y EQUIPO DE SERVICIO DE PISCINA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Planta de energía eléctrica	1	\$649.99	\$649.99
Bomba de velocidad variable Sta.	1	\$800.00	\$800.00
Filtro de cartucho pentair clean and clear 50	1	\$425.00	\$425.00
TOTAL			\$1,874.99

Tabla 318 Inversion de Mobiliario y Equipo de Piscina

MOBILIARIO Y EQUIPO DE PASEOS EN LANCHA

MOBILIARIO Y EQUIPO DE SERVICIO DE PASEO EN LANCHA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Motor 40hp JAMAHA	1	\$3,500.00	\$3,500.00
Lancha de 35 pies	1	\$6,000	\$6,000.00
Equipo de chalecos salvavidas	30	\$28.00	\$840.00
TOTAL			\$10,340.00

Tabla 319 Inversion de Mobiliario y Equipo de Paseo en Lancha⁴⁹

⁴⁹ Cooperativa Punta Real – Lic. Leonel Perez

MOBILIARIO Y EQUIPO DE DEPORTES ACUATICOS

MOBILIARIO Y EQUIPO DE SERVICIO DE DEPORTES ACUATICOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Banana	1	\$510.31	\$510.31
Donuts	1	\$145.43	\$145.43
Kayac con remos	2	\$1,356.00	\$4,068.00
Compresor de aire	1	\$11.95	\$11.95
Spray Skirt	2	\$20.00	\$40.00
Casco	4	\$16.00	\$64.00
TOTAL			\$4,839.69

Tabla 320 Inversion Mobiliario y Equipo de Deportes Acuáticos

MOBILIARIO Y EQUIPO DEL CENTRO DE INTERPRETACION AMBIENTAL

MOBILIARIO Y EQUIPO DEL CENTRO DE INTERPRETACION AMBIENTAL	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Sofa de Palets	5	\$95,00	\$475,00
Mesas de Palets	2	\$12,00	\$65.80
TOTAL			\$475.00

Tabla 321 Inversion Mobiliario y Equipo de Centro de Interpretacion Ambiental⁵⁰

MOBILIARIO Y EQUIPO DE LA ESTACION DE BOCADILLOS Y BEBIDAS

MOBILIARIO Y EQUIPO DE LA ESTACION DE BOCADILLOS Y BEBIDAS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cocina	1	\$40.00	\$40.00
Refrigeradora	1	\$150	\$210.00

⁵⁰ Taller de Carpinteria Romero

Mesa de palets	2	\$12.00	\$24.00
Juego de mesa de palets	5	\$135	\$675.00
Repisa de palets	2	\$25.00	\$50.00
Licuadaora	1	\$15.00	\$15.00
Cuchillos	2	\$1.50	\$3.00
Vasos de vidrio	30	\$3.50 (set 6 unidades)	\$21.00
Platos de baquelita	30	\$0.60	\$18.00
Tazas de baquelita	30	\$0.45	\$13.50
Tenedores acero inoxidable	30 unidades	\$0.25	\$7.50
Cucharas acero inoxidable	30 unidades	\$0.25	\$7.50
Cuchillos acero inoxidable	30 unidades	\$0.25	\$7.50
Sartén	2	\$9.00	\$9.00
Sartén freidora	1	\$12.00	\$12.00
TOTAL			\$1.113,00

Tabla 322 Inversion Mobiliario y Equipo Estacion de Bocadillos y Bebidas

MOBILIARIO Y EQUIPO DE LA ESTACION DE DESCANSO

MOBILIARIO Y EQUIPO AREA DE DESCANSO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Sofa de Palets	8	\$95,00	\$760,00
Mesas para sala de Palets	4	\$30,00	\$120,00
Sillas haraganas de Palets	6	\$45,00	\$270,00
TOTAL			\$1.150,00

Tabla 323 Inversion Mobiliario y Equipo Area de Descanso⁵¹

MOBILIARIO Y EQUIPO DE LA ESTACION DE RASPADOS

MOBILIARIO Y EQUIPO ESTACION DE RASPADOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Juego de mesa de palets	5	\$135,00	\$675,00
Freezer de 15 pies cúbicos	1	\$300,00	\$300,00

⁵¹ Taller de Carpinteria Romero

Mesa de palets	2	\$12,00	\$24,00
Repisa de palets	1	\$25,00	\$25,00
Hielera	1	\$40,00	\$40,00
Raspadora de hielo	1	\$2.500,00	\$2.500,00
Tazones de baquelita	30	\$0,40	\$12,00
Vasos de vidrio	30	\$3,50	\$21,00
Cucharas acero inoxidable	30 unidades	\$0,25	\$7,50
TOTAL			\$3.604,50

Tabla 324 Mobiliario y Equipo Estacion de Raspados

MOBILIARIO Y EQUIPO DEL BAR

MOBILIARIO Y EQUIPO DEL BAR	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Juego de mesa	4	\$60,00	\$240,00
Taburete de palets	8	\$20,00	\$160,00
Barra de palets	4 piezas (2 piezas de 1.6x0.6 metros , 2 piezas de 2.0x0.6 metros)	\$180,00	\$180,00
Mesa multifuncional	4	\$12,00	\$48,00
Repisas para bebida y cristalería de palets	2	\$25,00	\$50,00
Coctelera		\$16,00	\$16,00
Vaso mezclador	2	\$12,00	\$24,00
Cuchara mezcladora	2	\$2,00	\$4,00
Colador de coctel	2	\$3,50	\$7,00
Vaso medidor (Jigger)	2	\$8,00	\$16,00
Licuadaora	1	\$15,00	\$15,00
TOTAL			\$760.00

Tabla 325 Inversion Mobiliario y Equipo del Bar

MOBILIARIO Y EQUIPO DEL AREA DE SPA

MOBILIARIO Y EQUIPO DE AREA DE SPA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Camilla de madera para Spa	2	\$170,00	\$340,00
Mesa de pallets	1	\$12,00	\$12,00
Sofá de pallets	1	\$65,00	\$65,00
Repisa de Pallets	1	\$50,00	\$50,00
TOTAL			\$467.00

Tabla 326 Inversion Mobiliario y Equipo Area de Spa⁵²

MOBILIARIO Y EQUIPO DEL SENDERO

MOBILIARIO Y EQUIPO DE SENDERO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Mampara de información	2	\$80.00	\$160.00
Señal de indicador de sendero	12	\$10.00	\$120.00
TOTAL			\$280.00

Tabla 327 Inversion Mobiliario y Equipo del Sendero⁵³

MOBILIARIO Y EQUIPO DE COMPOST CASERO

MOBILIARIO Y EQUIPO DE COMPOST CASERO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Jardineras de madera	2	\$20,00	\$40,00
Azada de jardinero	2	\$5,00	\$10,00
Tenedor rompedor de terreno	2	\$4,00	\$8,00
Manguera	1	\$20,00	\$20,00
Guantes	4	\$7,00	\$28,00
TOTAL			\$106.00

Tabla 328 Inversion Mobiliario y Equipo de Compost Casero

MOBILIARIO Y EQUIPO DE SANITARIOS

⁵² Taller de Carpintería Romero y Colchones El Rey

⁵³ Taller de Carpintería Romero

MOBILIARIO Y EQUIPO DE SERVICIOS SANITARIOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Lavamanos	3	\$14.95	\$44.85
Duchas	3	\$21.93	\$65.80
Sanitario	2	\$49.95	\$99.90
TOTAL			\$210.55

Tabla 329 Inversion Mobiliario y Equipo de Sanitarios⁵⁴

MOBILIARIO Y EQUIPO DE CAMPING

MOBILIARIO Y EQUIPO DE SERVICIOS CAMPING	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Tiendas de campaña mediana	2	\$79.90	\$159.80
Tienda de campaña grande	4	\$109.90	\$439.60
TOTAL			\$599.40

Tabla 330 Inversion Mobiliario y Equipo de Camping

EQUIPO PARA SISTEMA ELÉCTRICO

EQUIPO PARA SISTEMA ELÉCTRICO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Sistema fotovoltaico de 400w	1	\$5,429.89	\$5,429.89
Sistema fotovoltaico de 800w	3	\$5,450.00	\$16,350.00
Sistema fotovoltaico de 255w	1	\$2,233.16	\$2,233.16
Sistema fotovoltaico de 10w con luces	7	\$175.00	\$1,225.00
Sistema fotovoltaico de techos	3	\$2,500	\$7,500
TOTAL			\$32,738.05

Tabla 331 Inversion Equipo para Sistema Eléctrico

EQUIPO DE SEÑALIZACIÓN

⁵⁴ Almacenes Freund

SEÑALIZACION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Señales informativas	25	\$2.40	\$60.00
Señales de advertencia	1	\$1.78	\$1.78
Señales de prohibicion	9	\$2.10	\$18.90
Señales de salvamento	10	\$1.78	\$17.80
TOTAL			\$98.48

Tabla 332 Inversion Equipo de Señalización

MOBILIARIO Y EQUIPO PARA PUBLICIDAD

DESCRIPCIÓN	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Anuncios publicitarios	0.80x1.80 mts	1	\$ 33.90	\$ 33.90
Incorporar Whatapp.	Celular Alcatel Pixie	1	\$ 49.00	\$ 49.00
TOTAL				\$ 82.90

Tabla 333 Inversion Equipo para Publicidad

MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA

EQUIPO Y MOBILIARIO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Computador	1	\$ 500.00	\$ 500.00
Teléfono	1	\$ 35.99	\$ 35.99
Impresora	1	\$ 68.00	\$ 68.00
Escritorio	1	\$ 279.99	\$ 279.99
Archivero	1	\$ 159.00	\$ 159.00
Silla ergonómica	1	\$ 75.00	\$ 75.00
Sillas	2	\$ 11.00	\$ 22.00
Ventilador	1	\$ 30.00	\$ 30.00

TOTAL	\$ 1,169.98
--------------	--------------------

Tabla 334 Inversion Mobiliario y Equipo de Oficina

RESUMEN DE INVERSION FIJA TANGIBLE

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL
Terreno	\$80,000.00
Obra civil	\$87,832.16
Mobiliario y equipo de restaurante	\$5,403,75
Mobiliario y equipo de alojamiento	\$2,917,00
Mobiliario y equipo de rancho hamaquero	\$792.60
Mobiliario y equipo de piscina	\$1,874.99
Equipo de paseo en lancha	\$10,340.00
Equipo de deportes acuáticos	\$4,839.69
Centro de interpretacion ambiental	\$475.00
Mobiliario y equipo de estacion de bocadillo y bebidas	\$1,113,00
Mobiliario y equipo area de descanso	\$1,150.00
Mobiliario y equipo estacion de raspados	\$3,604,50
Mobiliario y equipo estacion de bar	\$760.00
Mobiliario y equipo para area de spa	\$467.00
Mobiliario y equipo de sendero	\$280.00
Mobiliario y equipo para compost casero	\$106.00
Equipo de sanitarios	\$210.55
Equipo de camping	\$599.40
Equipo para sistema electrico	\$32,738.05
Equipo de señalizacion	\$98.48
Equipo para publicidad	\$82.90

Mobiliario y equipo de oficina	\$ 1,169.98
TOTAL	\$236,855.05

Tabla 335 Resumen de Inversion Fija Tangible

2. INVERSION FIJA INTANGIBLE

INVESTIGACIÓN Y ESTUDIOS PREVIOS

Consiste en la investigación que se lleva a cabo antes de ejecutar el proyecto. Este estudio determina desde el punto de vista mercadológico, técnico y económico la factibilidad de llevar a cabo el proyecto. Por lo anteriormente descrito este rubro no forma parte de la inversión inicial para el proyecto, no obstante se establece como rubro que involucra los costos de realizar el estudio completo de factibilidad.

Para este rubro se considerarán los costos del Estudio de Factibilidad presupuestados en el Perfil del estudio, los cuales son los siguientes:

N°	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
1	Papel Boom (Tamaño Carta)	Resma	20	\$5.00	\$100.00
2	Cartucho de tinta (color)	Unidad	5	\$24.00	\$120.00
3	Cartucho de tinta (color)	Unidad	5	\$27.50	\$137.50
4	Fotocopias	Paginas	500	\$0.03	\$15.00
5	Impresiones	Paginas	30000	\$0.15	\$4,500.00
6	Servicio de internet (3 analistas)	Mes	9	\$25.10	\$225.90
7	Servicio de energía eléctrica (3 analistas)	Mes	9	\$27.00	\$243.00
8	Servicio de agua	Mes	9	\$10.00	\$90.00
9	Transporte para visitas a la contraparte	Visitas	18	\$95.00	\$1,710.00
10	Transporte para encuestaje	Encuestadores	3	\$480.00	\$1,440.00
11	Transporte a la competencia	Visitas	6	\$75.00	\$450.00
12	Alimentación para visitas a la contraparte (3 analistas)	Encuestadores	3	\$225.00	\$675.00

13	Alimentación para encuestaje	Encuestadores	3	\$120.00	\$360.00
14	Alimentación y otros gastos en visita a la competencia	Visitas	6	\$120.00	\$720.00
15	Alimentación de los analistas	Analistas	3	\$200.00	\$600.00
16	Alojamiento	Estadías	10	\$75.00	\$750.00
17	Defensas de trabajo de grado	Defensas	4	\$250.00	\$1,000.00
18	Honorarios (3 analistas)	Mensual	9	\$1,020.00	\$9,180.00
TOTAL					\$22,226.40

Tabla 336 Inversión de Investigación y Estudios Previos⁵⁵

GASTOS DE ORGANIZACIÓN LEGAL

Este incluye los gastos derivados de los trámites requeridos por las instituciones gubernamentales para legalizar la empresa, es decir todo lo que la empresa necesita para que pueda operar legalmente. A continuación se desglosan estos gastos:

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL
Honorarios: elaboración de balances	\$150.00
Honorarios: elaboración de escritura	\$400.00
Aranceles: derecho de inscripción de balance, derechos de inscripción de escritura CNR	\$28.54
Aranceles: derecho matrícula, derecho establecimiento: CNR	\$125.72
MINISTERIO DE HACIENDA : NRC, NIT	\$9.00
Paro de registro DIGESTYC	\$5.00
Pago inscripción de alcaldía	\$5.00
Inscripción de ISSS	\$0.00
Inscripción de AFP	\$0.00
Capacitación e inscripción en INSAFOCOOP	\$147.00

⁵⁵ Equipo realizador del Trabajo de Grado para Punta Real

Legalización de hojas y libros contables	\$30.00
Inscripción de marca	\$120.00
Registro de marca	\$370.00
Registro Sanitario	\$145.00
Inspección unidad de salud	\$50.00
Licencia de operación	\$89.90
Permiso Ambiental	\$13.56
Costo por licencia de comercialización de bebidas alcohólicas	\$224.00
Costo de autorización de elaboración de Facturas	\$50.00
TOTAL	\$1,962.72

Tabla 337 Inversión de Organización Legal⁵⁶

ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO

Durante la Administración de Proyecto, es de contar con personal que este encargado para inspeccionar que se cumplan los parámetros establecidos en el Estudio de Factibilidad, este incluye el salario para el personal que administrara el proyecto, el cual tiene una duración de 292 días es decir 10 meses aproximadamente.

A continuación se presenta los salarios del personal que Administrara el Proyecto:

DESCRIPCION	MESES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Gerente General del Proyecto	10	\$450,00	\$4.500,00
Gerente de Logística	10	\$325,00	\$3.250,00
Gerente Administrativo	10	\$325,00	\$3.250,00
TOTAL			\$11,000.00

Tabla 338 Inversión de Administración del Proyecto⁵⁷

PUESTA EN MARCHA

⁵⁶ Entidades de Gobierno como Hacienda, INSACoop, ISS, AFP, CNR

⁵⁷ Consultoría con Ing. Salmeron

Comprende las actividades necesarias para dejar la Cooperativa en óptimas condiciones para comenzar a operar comercialmente y que se despliegue adecuadamente el Plan de Desarrollo Turístico, este rubro incluye los costos en capacitación del personal, los cuales se presentan a continuación:

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Capacitación sobre buenas prácticas de turismo	3	\$40,00	\$120,00
Capacitación atención al cliente	16	\$40,00	\$640,00
Capacitaciones de bar tender y comida a base de coco	2	\$125,00	\$250,00
Capacitaciones para senderismo	1	\$100,00	\$100,00
Capacitación de bisutería	2	\$20,00	\$40,00
Capacitaciones de primeros auxilios	3	\$35,00	\$105,00
Capacitación sobre servicios de oferta, tour operadores, kayak, Hospedaje y Restaurantes.	3	\$40,00	\$120,00
Lapiceros	12	\$3,00	36
Alimentación	30	\$4,00	\$120,00
Pizarra	1	\$50,00	\$50,00
Plumones	4 cajas	\$4,00	\$16,00
Comandas	100 de 25 hojas	\$3,00	\$300,00
Resmas de Papel Bong	8	\$3,50	\$28,00
Artículos de oficina (grapapas, fólder, perforador, etc.)	-----	\$50,00	\$50,00
Lapiceros	4 cajas	\$1,20	\$4,80
Libretas	25 libretas	\$1,00	\$25,00
Camisas Sport	10	\$20,00	\$200,00
Filipinas	1	\$20,00	\$20,00

Gorras	20	\$4,00	\$80,00
Camisetas	20	\$11.00	\$132,00
Botiquin de primeros auxilio	2	\$50.00	\$100.00
TOTAL			\$2,536.80

Tabla 339 Inversion de Puesta en Marcha

SISTEMAS ADMINISTRATIVOS

Estos son los costos de la adquisición de software y sistemas informáticos para la mejor operación del Centro Ecoturístico Punta Real, los cuales se presentan a continuación:

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Software para sistema contable	1	\$125	\$125.00
Software de registro de clientes y reservas	1	\$125	\$125.00
Sistema de quejas y mejora continua	1	\$100	\$100.00
TOTAL			\$350.00

Tabla 340 Inversion de Sistemas Administrativos

PUBLICIDAD Y PROMOCION

Estos incluyen los costos de diseño y mejoramiento de la plataforma digital donde se promociona el Centro Ecoturístico Punta Real y donde los clientes pueden observar los atractivos y servicios que se ofrecen, asimismo aborda los diferentes diseños como son los diseños de los menus, los brochures, los banners, el diseño de los paquetes turísticos como se van a promocionar, el diseño de la marca y el logo estos se presentan a continuación:

INTANGIBLES DE PUBLICIDAD	UNIDAD	PRECIO
Diseño de página WEB y programación	1	\$300.00
Diseño de menus	6	\$180.00
Diseños de brochures	2	\$80.00
Diseño de publicidad de paquetes turísticos	4	\$160.00

Diseño de la marca y logo	1	\$80.00
Diseño de banners	4	\$100.00
TOTAL		\$900.00

Tabla 341 Inversion de Publicidad y Promoción

RESUMEN DE INVERSION FIJA INTANGIBLE

DESCRIPCION	TOTAL
Estudio de Factibilidad	\$22,226.40
Gastos de Organización Legal	\$1,962.72
Administración del Proyecto	\$11,000.00
Puesta en Marcha	\$2,536.80
Sistemas Administrativos	\$470.00
Publicidad y Promocion	\$900.00
TOTAL	\$38,975.92

Tabla 342 Resumen de Inversion Intangible

IMPREVISTO PARA LA INVERSION TANGIBLE E INTANGIBLE

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Total inversion fija tangibles	\$236,855.05
Total inversion fija intangibles	\$38,975.92
Total inversion fija tangible + intangible	\$275,830.97
Imprevisto solo de la inversion fija	\$23,480.90
TOTAL	\$299,311.87

Tabla 343 Descripción de la inversión fija e imprevisto

3. CAPITAL DE TRABAJO

Para el buen funcionamiento de una empresa no es suficiente contar con los equipos e instalaciones para llevar a cabo la producción sino que es necesario mantener también materias primas, materiales en almacén, productos en proceso de elaboración, productos terminados en existencia, cuentas por cobrar, cuentas por pagar y otras más.

A partir de ello se entenderá como capital de trabajo, a todos los recursos económicos que se deben tener para garantizar el buen y continuo funcionamiento de la empresa, en el inicio de sus operaciones o hasta que se puedan solventar los gastos con los ingresos ya percibidos, es decir que el capital de trabajo denominado también capital circulante está representado por el capital adicional que debe tener la empresa para que comience a funcionar, permitiéndose financiar la primera producción antes de recibir ingresos.

Con el capital de trabajo debe adquirirse materia prima básica, materiales, considerar el pago de planillas, considerar el otorgamiento de créditos en las primeras ventas y contar con cierta cantidad de efectivo para sufragar gastos diarios de la empresa.

Para la empresa u organización, se recomienda tomar en cuenta el capital de trabajo necesario para pagar materia prima y materiales, asegurar los salarios de los empleados, caja y efectivo para los imprevistos que puedan surgir al inicio de las operaciones, lo anterior considerando que es una empresa totalmente nueva ya que actualmente la Cooperativa ya opera pero no de la manera adecuada por ello se asumirá que es una empresa nueva, y que requerirá de recursos económicos para poder atender sus actividades de producción, operación y administración.

Para calcular el monto al cual asciende el capital de trabajo se deben considerar los siguientes aspectos:

- La política de inventario de producto terminado
- La política de inventario de materia prima.
- La política de crédito para los clientes.
- Política de salarios (periodo de cancelación de los mismos)

A continuación se presentan las diferentes políticas a considerar:

Política de Inventario de materia prima

- Comprar siempre al proveedor que tenga el mejor precio y que venda al crédito.
- La bebida y los insumos si se compraran al crédito se debe comprar, con un periodo de 30 días de pago.

Política de inventario de producto terminado

Ya que se trata de un servicio y una de las características de un servicio es que no es inventariable, por lo tanto no habra una política de producto terminado.

Política de inventario de materia prima

- El pescado, carne y pollo debe ser compradas cada semana, y almacenadas en refrigeración.
- Los lácteos, verduras en general, huevos y pan deben ser comprados cada 2 semanas y almacenados en refrigeración a excepción del pan.
- Los granos básicos, aceites, aderezos, condimentos, boquitas y galletas saladas debe ser compradas cada mes.

Política de crédito para los clientes

- La cancelación de los servicios: alimentación, servicios turísticos y a alojamiento pueden cancelarse inmediatamente posteriormente recibido el servicio, pero sin cancelación a plazos, ya que solo se aceptaran pagos en efectivo y no se extenderá crédito a nadie sin excepciones.

Política de salarios

- Los pagos de salarios al personal se realizará mensualmente, a excepción del personal contratado por alta demanda, estos se realizarán diariamente.

4. ESTRUCTURA DE CAPITAL DE TRABAJO

Sus componentes son el efectivo, valores negociables, cuentas por cobrar e inventario y por su tiempo se estructura o divide como permanente o temporal. El capital de trabajo permanente es la cantidad de activos circulantes requerida para hacer frente a las necesidades mínimas a largo plazo. Se le podría llamar capital de trabajo puro. El capital de trabajo temporal es la cantidad de activos circulantes que varía con los requerimientos estacionales. El primer rubro principal en la sección de fuentes es el capital de trabajo generado por las operaciones.

No afectan al capital de trabajo:

- Compras de activos corrientes en efectivo
- Compras de activos corrientes a crédito
- Recaudos de cuentas por cobrar
- Préstamos de efectivo contra letras a corto plazo
- Pagos que reducen los pasivos a corto plazo.

5. RUBROS DEL CAPITAL DE TRABAJO

- Inventario de Materia Prima

Está relacionado con la cantidad de dinero que la empresa invertirá en la adquisición de materias primas e insumos que se van a procesar. Las cantidades de materias primas están determinadas las cuales están plasmadas en la sección de diseño donde se

muestran los requerimientos de materiales. También en este estudio, se determinó la política de inventario de materia prima.

- Inventario de Producto Terminado

Este rubro está estrechamente relacionado con todos los costos que sean generados por mantener almacenada cierta cantidad de producto terminado en bodega y se determina multiplicando el número de unidades a almacenar por el costo de producirlas.

La cantidad a almacenar está determinada en buena medida en base a las ventas y sus fluctuaciones.

En el caso de servicios, se omite este rubro, ya que una de las principales características de un servicio es que no es inventariable.

- Inventario de Producto en Proceso

Este rubro aplica, cuando el proceso productivo tiene larga duración, y se mantienen inventario o almacén de productos intermedios o en proceso en cantidades significativas.

- Caja o efectivos y bancos

Es el dinero ya sea en efectivo o en documentos con que debe contar la empresa, para realizar operaciones cotidianas.

Existen varias razones por las que una empresa tiene que contar con efectivo, pero las más importantes son:

- La necesidad de realizar negocios y operaciones en forma cotidiana.
- La precaución para contrarrestar posibles contingencias.
- Aprovechar en algunos casos ofertas de materia prima y obtener descuentos por pagos adelantados.

Así mismo este rubro, debe considerar la cancelación de los salarios de cada uno de los empleados de la empresa.

- Cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar determinan, cual es la inversión necesaria como consecuencia de vender a crédito, lo cual depende de las condiciones del mismo, es decir del periodo promedio de tiempo en que la empresa desea recuperar el crédito otorgado pero esto no es aplicable ya que no se extenderá créditos.

- Cuentas por pagar

Este rubro tiene efecto inverso a lo anterior en cuanto al capital de trabajo, ya que reduce las necesidades de este, refiriéndose al financiamiento o crédito que se puede recibir de

los distintos proveedores, especialmente de los de materias primas y suministros diversos.

INVENTARIO DE MATERIA PRIMA

En lo que compete al inventario de materia prima se presentan a continuación los inventarios de materia prima para el área de restaurante, bar, spa, estación de bocadillos y bebidas y la estación de raspados.

Cabe destacar que la materia prima se asume un gasto mensual aunque esta se abastecerá tal como establece la política de materia prima.

- Materia Prima para Restaurante

Mariscos

MATERIA PRIMA	UNIDADES	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Pescado Robalo	Lbrs	112	\$1,00	\$112,00
Pescado Boca colorada	Lbrs	113	\$1,25	\$141,25
Curil	Canastos	60	\$1.50	\$90.00
TOTAL				\$343.25

Tabla 344 Inventario Mariscos

Carnes

MATERIA PRIMA	UNIDADES	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Carne de res	Lbrs	75	\$4,63	\$347,25
Pechuga de pollo	Lbrs	45	\$1,39	\$62,55
TOTAL				\$409.80

Tabla 345 Inventario de Carnes

Insumos

INSUMOS	UNIDADES	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Tomate	Unidad	48	\$0,10	\$4,80
Pepino	Unidad	48	\$0,39	\$18,72

Lechuga	Unidad	16	\$0,99	\$15,84
Arroz	Lbrs	26	\$0,64	\$16,64
Vainilla	500 ml botella	1	\$49,90	\$49,90
Leche condensada	395 gr lata	5	\$1,95	\$9,75
Aceite	botella 1 galón	6	\$10,11	\$60,66
Harina	bolsa de 180gr	5	\$0,46	\$2,30
Crema de mariscos	sobre de 80gr	25	\$0,59	\$14,75
Consomé de camarón	unidad de 250 gr	2	\$1,67	\$3,34
Cebolla	Unidad	11	\$0,29	\$3,19
Chile	Unidad	9	\$0,35	\$3,15
Ajo	cabeza aproximado 8 ajos	7	\$0,19	\$1,33
Apio	unidad 8 tallos aproximadamente	4	\$0,99	\$3,96
Limonos	Unidad	163	\$0,21	\$34,23
Maicena	400 gr cajita	6	\$2,29	\$13,74
Mostaza	500ml	3	\$1,20	\$3,60
Sal	bolsas de 1 libra	5	\$0,40	\$2,00
Salsa negra	5 Botes de 250 ml	5	\$1,10	\$5,50
Chile	3 Botes de 200 ml	3	\$1,25	\$3,75
Azúcar	20 libras	20	\$0,70	\$14,00
Aceite	5 Botellas de 1 galón	5	\$4,50	\$22,50
Kétchup	6 Botes de 392 gr	6	\$1,25	\$7,50
Jabón para lavar platos	3 Pastillas	3	\$0,60	\$1,80
Papas para Freír	20 Bolsa	20	\$1,30	\$26,00
Jabón	7 Botes de 500 ml	7	\$2,00	\$14,00

Papel higiénico	2 Paquetes de 24 rollos	2	\$6,50	\$13,00
Bolsa para basura	10 bolsas de 25 unidades	10	\$1,20	\$12,00
Servilletas	10 paquetes de 100 servilletas	10	\$0,56	\$5,60
Frijol	8 libras	8	\$0,80	\$6,40
Arroz	10 lb	10	\$0,60	\$6,00
Huevos	15 cartones de 25 Unidades	15	\$4,80	\$72,00
Leche	10 Galón	10	\$2,90	\$29,00
Queso duro blando	10 Libras	10	\$2,60	\$26,00
Crema	8 Botella	8	\$1,40	\$11,20
Escoba	1 Unidades	1	\$1,10	\$1,10
Lejía	2 fardos de 12 unidades	2	\$1,25	\$2,50
Detergente	2 Bolsas de 1 kilo	2	\$2,20	\$4,40
Esponja	3 Unidades	3	\$0,50	\$1,50
TOTAL				\$547.65

Tabla 346 Inventario Insumos

Bebida

BEBIDA	UNIDADES	CANTIDAD MENSUAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Agua	Unidad Botella de 600 ml	135	\$0.16	\$21.16
Sodas	Unidades	120	\$0.29	\$34.95
Cerveza Suprema	Unidades	17	\$0.60	\$10.00
Cerveza Golden	Unidades	83	\$0.60	\$50.02

Cerveza Corona	Unidades	17	\$0.80	\$13.25
Cerveza Pilsener	Unidades	215	\$0.80	\$172.23
TOTAL				\$301.61

Tabla 347 Inventario de Bebida de Restaurante

- Materia Prima para Estacion de Bocadillos y Bebidas

INSUMOS	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Salchichas Toledo con queso	20 paquetes	\$3,25	\$65,00
Empanizado casero	20 unidades	\$0,65	\$13,00
Aceite (presentación de 2.84 L)	2 unidades	\$2,10	\$4,20
Fresas	8 libras	\$1,25	\$10,00
Malvaviscos (presentación de 270 gr)	4 unidades	\$0,65	\$2,60
Gelatina de fresa (presentación de 450gr)	5 unidades	\$0,85	\$4,25
Sandia	10 unidades	\$1,50	\$15,00
Coco	10 unidades	\$0,10	\$1,00
Melón	4 unidades	\$1,00	\$4,00
Kiwi	10 unidades	\$0,25	\$2,50
Limón	25 unidades	\$0,10	\$2,50
Guineos	10 libras	\$1,00	\$10,00
Sodas	8 cajas (de diferentes sabores)	\$4,80	\$38,40
Té helado	2 fardos	\$5,00	\$10,00
Agua de botella	2 fardos	\$4,50	\$9,00
Servilleta cuadrada	20 paquetes	\$0,56	\$11,20
Escoba	2	\$1,20	\$2,40
Trapeador	2	\$1,50	\$3,00
Papel higiénico (presentación de 24 rollos)	2 paquetes	\$5,60	\$11,20
Jabón líquido para platos (presentación de 400ml)	6 unidades	\$1,90	\$11,40
Jabón líquido para manos (presentación de 221ml)	4 unidades	\$1,50	\$6,00
Desinfectante	4 galones	\$2,00	\$8,00
TOTAL			\$244.65

Tabla 348 Inventario para Estacion de Bocadillos y Bebidas

- Materia Prima para Estacion de Raspados

INSUMO	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Guineos	15 libras	15	\$1,00	\$15,00
Chocolate	10 unidades	10	\$1,10	\$11,00
Coco	10 unidades	10	\$0,10	\$1,00
Jarabe de frutas	9 botellas	9	\$2,00	\$18,00
Servilleta cuadrada	20 paquetes	20	\$0,56	\$11,20
Escoba	2	2	\$1,10	\$2,20
Trapeador	2	2	\$1,50	\$3,00
Jabón líquido para platos (presentación de 400ml)	8 unidades	8	\$1,90	\$15,20
Jabón líquido para manos (presentación de 221ml)	2 unidades	2	\$1,50	\$3,00
Desinfectante	2 galones	2	\$2,00	\$4,00
TOTAL				\$83.60

Tabla 349 Inventario de Estacion de Raspados

- Materia Prima para Bar

INSUMO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Cervezas	8 cajas	\$ 15,00	\$ 120,00
Sidra	5 botellas	\$ 4,00	\$ 20,00
Vodka	5 botellas	\$ 4,90	\$ 24,50
Whisky	5 botellas	\$ 16,00	\$ 80,00
Ron	5 botellas	\$ 7,00	\$ 35,00
Sodas	8 cajas (de diferentes sabores)	\$ 4,80	\$ 38,40
Té helado	2 fardos	\$ 5,00	\$ 10,00

Agua de botella	2 fardos	\$ 4,50	\$ 9,00
TOTAL			\$ 336,90

Tabla 350 Inventario para Bar

- Materia Prima para Spa

INSUMO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Tasas	10	\$ 2,50	\$ 25,00
Artesanías	10	\$ 1,50	\$ 15,00
Conservas	20	\$ 0,25	\$ 5,00
Bisutería	20	\$ 0,50	\$ 10,00
Aceite de Coco	20	\$ 2,00	\$ 40,00
Aceites Aromáticos	8	\$ 3,00	\$ 24,00
Toallas	4	\$ 0,41	\$ 1,64
Sabanas	4	\$ 0,66	\$ 2,64
TOTAL			\$ 123,28

Tabla 351 Inventario Area de Spa

Resumen de Inventario

RESUMEN DE INVENTARIO	
Mariscos	\$343.25
Carnes	\$409.80
Insumos para retaurante	\$547.65
Bebidas	\$301.61
Estacion de bocadillos y bebidas	\$244.65
Estacion de raspados	\$83.60
Bar	\$336.90
Spa	\$123.28
TOTAL	\$2.390,74

Tabla 352 Resumen de Inventario

Caja o efectivos y bancos

Para la estimación de los salarios se cuenta con la siguiente información, Tarifas de salarios mínimos para cada sector y subgrupo, dato actualizado a diciembre de 2016.

Salario

Los costos salariales del personal se muestran en el cuadro que se presenta a continuación, tomando en consideración los siguientes datos.

- Salario Anual = Salario Mensual x 12 meses
- ISSS = Salario Anual * 7.5% (cuota patronal)
- Vacaciones = Salario diario x 15 días x 30% + Salario diario x 15 días
- Aguinaldo = Salario Diario * 10 días

Salario Neto anual = Salario bruto Anual +ISSS -+AFP + Vacaciones + Aguinaldo

Salario Neto Mensual =Salario Neto anual /12

Donde lo anterior aplica a quienes mensualmente reciban como pago un monto igual o mayor a \$300.00.

Mano de obra directa

A continuación se detalla los salarios fijos de mano de obra directa:

PUESTOS DE TRABAJO	CANTIDAD	SALARIO BRUTO MENSUAL INDIVIDUAL	SALARIO MENSUAL	SALARIO BRUTO ANUAL
Cocinera	1	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 1.920,00
Mesero	1	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Bartender	1	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 1.920,00
Encargado de actividades acuáticas	1	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Masajistas	1	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Encargado de estacion de raspados	1	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Encargado de estacion de bocadillos y bebidas	1	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
TOTAL		\$ 840,00	\$ 840,00	\$ 10.080,00

Tabla 353 Mano de Obra Directa

Para calcular el salario del guía Turístico y lancharo se considera que este varía dependiendo de la cantidad de personas en el caso del guía turístico y en el caso del lancharo el número de viajes que realice, el cálculo del salario se muestra a continuación.

Salario guía turístico

Se considera que se pagará por persona que realice senderismo la cantidad de \$0.60

Mes	Demanda	% Senderismo	Salario
Mes 1	453	67%	\$ 226.50
TOTAL			\$226.50

Tabla 354 Salario del Guia Turistico

Salario Lancharo

Por cada viaje se le paga \$2 al lancharo asimismo este apoyara con las actividades de banana y donuts pero se le pagara al mes al igual que el guía turístico pero este no tendrá horario fijo es decir podrá ejecutar sus labores de pesca cuando no sea requerido en el Centro Ecoturistico Punta Real.

MES	DEMANDA	NÚMERO DE VIAJES (GRUPO DE 7 PERSONAS)	SALARIO
Mes 1	453	64.71	\$ 129.43
TOTAL			\$ 129.43

Tabla 355 Salario del Lancharo

A continuación se presenta el resumen de la mano de obra directa para la prestación de los diferentes servicios dentro del Centro Ecoturistico Punta Real

RESUMEN MANO DE OBRA DIRECTA	SALARIO BRUTO MENSUAL INDIVIDUAL
Cocinera	\$ 160,00
Mesero	\$ 100,00
Bartender	\$ 160,00
Encargado de actividades acuáticas	\$ 120,00

Masajistas	\$ 100,00
Encargado de estacion de raspados	\$ 100,00
Encargado de estacion de bocadillos y bebidas	\$ 100,00
Lanchero	\$ 129.43
Guia turístico	\$ 226.50
TOTAL	\$ 969.43

Tabla 356 Resumen de Mano de Obra Directa Salarios

*Los empleados recibirán el almuerzo durante la realización de sus actividades adicional a su salario mensual, asimismo recibirán diversas capacitaciones que complementaran sus conocimientos y permitirá tener ingresos extras inclusive ahorros en los gastos de sus hogares con el desarrollo del huerto casero.

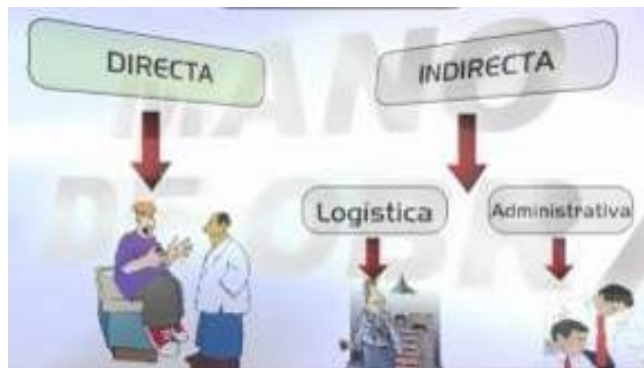


Ilustración 267 Mano de Obra

Mano de obra indirecta (MOI)

Estos son los salarios del personal que no participa directamente en la prestación de servicios, el cual se muestra a continuación:

PUESTOS DE TRABAJO	DE CANTIDAD	SALARIO BRUTO MENSUAL INDIVIDUAL	SALARIO BRUTO ANUAL	ISSS	VACACIONES	AGUINALDO	SALARIO NETO ANUAL	SALARIO NETO MENSUAL
Gerente general	1	\$350,00	\$4.200,00	\$294,00	\$227,57	\$116,67	\$4.838,24	\$403,19
Jefe de servicios turisticos	1	\$200,00	\$2.400,00					\$200,00
Jefe de comercializacion	1	\$300,00	\$3.600,00	\$252,00	\$195,00	\$100,00	\$4.147,00	\$345,58
Contador	1	\$300,00	\$3.600,00	\$252,00	\$195,00	\$100,00	\$4.147,00	\$345,58
Encargado de compras	1	\$200,00	\$2.400,00					\$200,00
TOTAL							\$	1.494,35

Tabla 357 Salario Mano de Obra Indirecta⁵⁸

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA	
Total MOD	\$969,43
Total MOI	\$1.494,35
TOTAL SALARIOS	\$2.463,78

Tabla 358 Total de salarios

⁵⁸ Cooperativa Punta – Ing. Abarca

SERVICIOS BÁSICOS

1. Consumo de Agua del Centro Ecoturístico

Debido a que en El Centro Ecoturístico Punta Real no existe servicio de agua potable, se deben de abastecer de agua para el lavado de alimentos y preparación de los mismos, el servicio sanitario, las duchas y el lavamanos se realiza con agua dulce que tiene cierto grado de salinidad la cual se obtiene de pozos con los que se cuentan en el Centro Ecoturístico. Se presenta a continuación los requerimientos de agua para el restaurante, estación de raspados y estación de bocadillos y bebidas así como el bar.

- **Presupuesto de agua dulce para consumo de Restaurante**

Para estimar el precio del consumo de agua se debe estimar el precio del transporte ya que el tonel se compra en la Pirraya se procede a determinar la cantidad de kilómetros que existe desde la Pirraya hasta el Centro Ecoturístico Punta Real y se determinan que aproximadamente son 3.5 Km se realiza una comparación con los precios que establecen desde los demás lugares como son Puerto Parada y Puerto el Triunfo.

Se considera que la demanda promedio que se recibirá en las instalaciones es de 372 personas por mes, y esta cantidad de personas harán uso de las estaciones de bocadillo y bebida asimismo de la estación de raspado y bar.

* Tomando en consideración que para preparar la comida en el restaurante se necesitan 2,000 galones al mes aproximadamente es decir que utilizaran por persona 5.37 litros.

PRESENTACIÓN	ESTABLECIMIENTO	PRECIO UNITARIO	UNIDADES	CANT. AL MES	TOTAL AL MES
Tonel	Pirraya	\$5.00	Aprox.500 galones	4	\$20.00
Transporte	Pirraya-Punta Real	\$10.00	-	4	\$40.00
Lanchero		\$2.00	-	4	\$8.00
TOTAL					\$68.00

Tabla 359 Costo de Agua Dulce para Restaurante

- **Consumo de agua dulce para Estacion de Bocadillo y Bebida.**

Considerando que la cantidad de personas que visitan el Centro Ecoturístico no todas harán uso de la Estacion de Bocadillos y Bebidas asimismo por el tipo de menú que se ofrece se considerara que el 60% hara uso de esta estación por ser empaquetados.

PRESENTACIÓN	ESTABLECIMIENTO	PRECIO UNITARIO	UNIDADES	CANT. AL MES	TOTAL AL MES
Tonel	Pirraya	\$5.00	Aprox.500 galones	2	\$10.00
Transporte	Pirraya-Punta Real	\$10.00	-	2	\$20.00
Lanchero		\$2.00	-	2	\$4.00
TOTAL					\$34.00

Tabla 360 Consumo de agua para Estacion de Bocadillos y Bebidas

- **Consumo de agua dulce para Estacion de Raspados**

Considerando que la cantidad de personas que visitan el Centro Ecoturistico no todas harán uso de la Estacion de Raspados y ya que solo se ofrecen las mejormente conocidas como minutas se considerara que el 40% hara uso de esta estación por llegar por medio de paquetes turisticos.

PRESENTACIÓN	ESTABLECIMIENTO	PRECIO UNITARIO	UNIDADES	CANT. AL MES	TOTAL AL MES
Tonel	Pirraya	\$5.00	Aprox.500 galones	1	\$5.00
Transporte	Pirraya-Punta Real	\$10.00	-	1	\$10.00
Lanchero		\$2.00	-	1	\$2.00
TOTAL					\$17.00

Tabla 361 Consumo de agua para Estacion de Raspados

- **Consumo de agua dulce para Bar**

Considerando que la cantidad de personas que visitan el Centro Ecoturistico no todas harán uso del Bar y ya que lo que mas se consume son bebidas alcoholicas que ya vienen embasadas que se ofrece se considerara que el 20% hara uso de esta estación por ser empaquetados.

PRESENTACIÓN	ESTABLECIMIENTO	PRECIO UNITARIO	UNIDADES	CANT. AL	TOTAL AL
--------------	-----------------	-----------------	----------	----------	----------

				MES	MES
Tonel	Pirraya	\$5.00	Aprox.500 galones	1	\$5.00
Transporte	Pirraya-Punta Real	\$10.00	-	1	\$10.00
Lanchero		\$2.00	-	1	\$2.00
TOTAL					\$17.00

Tabla 362 Consumo de agua para el Bar

A continuación se unen todos los consumos de agua para el Centro Ecoturístico para la preparación de los alimentos y bebidas.

CONSUMO DE AGUA PARA EL CENTRO ECOTURÍSTICO	
Consumo de agua para estación de bocadillos y bebidas	\$34.00
Consumo de agua para restaurante	\$68.00
Consumo de agua para estación de raspados	\$17.00
Consumo de agua para el bar	\$17.00
TOTAL	\$136.00

Tabla 363 Presupuesto consumo de agua para el Centro Ecoturístico⁵⁹

El consumo de agua para duchas y baños no tendrán un costo ya que estas se extrae de un pozo y el costo del mismo y la plomería van contempladas en la construcción de las diferentes áreas. A continuación solo se reflejan como conocimiento de la cantidad de agua que se requiere para estas áreas específicas y asimismo para considerar la demanda de agua a futuro si se desea emplear un sistema de desalinización ya que dicha opción a quedado desestimada en esta tesis ya que las propuestas deben ser económicas y un sistema de desalinización es demasiado costoso y por la cantidad de turistas que se proyectan recibir no se pagaría la inversión del sistema mismo.

*Según datos de la OMS⁶⁰ las personas en promedio gastan aproximadamente en una ducha de 5 minutos una cantidad de 95 litros de agua y la cantidad de agua que se gastan en promedio por cada descarga del sanitario lavable cuando se utiliza por cada ocasión que una persona utiliza el baño es de 20 litros⁶¹

⁵⁹ Cooperativista Ronald residente de Punta San Juan encargado de Punta Real

⁶⁰ http://cadenaser.com/ser/2014/01/20/sociedad/1390187610_850215.html

⁶¹ <http://graficas.explora.cl/otros/agua/consumo2.html>

Para el cálculo de la cantidad de agua utilizado por los turistas en la ducha y en los sanitarios se tomara que cada turista que visita las instalaciones se duche 1 vez y utilice el servicio sanitario 2 ocasiones por visita exceptuando los turistas que se alojan en las instalaciones los cuales se les asumirá que utilizan el servicio sanitario un total de 4 veces y que se duchara 2 veces.

*Se tomara un promedio de visitas de 372 turistas por mes de los cuales el 21% se alojaran en las instalaciones.

AREA	USO PROMEDIO POR TIPO DE TURISTA	CANTIDAD DE TURISTAS	LITROS DE AGUA POR PERSONA	LITROS TOTALES POR MES	TOTAL AL MES
Sanitarios Comunes	1	294	20	5,880	\$0.00
Sanitarios Comunes para turistas alojados	2	78	20	3,120	\$0.00
Sanitario de Bungalows	2	78	20	3,120	\$0.00
Sanitario de Estación de Bocadillos y Bebidas	1	294	20	5,880	\$0.00
Duchas en los Bungalows	1	78	95	7,410	\$0.00
Duchas comunes	2	372	95	7,0680	\$0.00
TOTAL					\$0.00

Tabla 364 Cantidad de agua utilizada en Duchas y Sanitarios

2. Consumo de Agua de Administración

Se determina que para uso de oficina se tiene un rango de consumo de 0-10 m³ ya que solamente laboran 4 personas en las oficinas por lo tanto el costo de agua potable se muestra a continuación:

RANGO CONSUMO	DE TARIFA ACUEDUCTO	DE TARIFA DE ALCANTARILLADO	MENSUAL TOTAL MENSUAL
De 0-10 m ³	\$ 2.29	\$ 0.10	\$ 2.39

Tabla 365 Consumo de agua en oficina

La tabla siguiente muestra los requerimientos de agua para consumo del personal de administración:

DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD MENSUAL	TOTAL MENSUAL
Garrafón	\$ 2.20	4	\$ 8.8

Tabla 366 Consumo de agua para tomar en oficina

Con referencias a los gastos incurridos en la administración se prorrateará el 20% debido a que mayormente se utiliza para otros rubros de la Cooperativa pero en una porción se utilizan para las actividades del Centro Ecoturístico por ello se le coloca un porcentaje a prorratear.

PRESUPUESTO CONSUMO DE AGUA OFICINAS		
Descripción	Total Mensual	Prorrateo (20%)
Agua Potable	\$ 2.39	\$0.478
Garrafón	\$ 8.8	\$1.76
Total	\$11.19	\$2.24

Tabla 367 Presupuesto de agua oficinas⁶²

3. Consumo de Energía eléctrica de oficinas

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	CONSUMO WH	HORAS DE USO	KWH/ DÍA	KWH/MES
Laptop	1	60	7	0.42	13
PC de escritorio	2	300	2	1.2	36
Luminarias	2	20	5	0.2	6
Aire acondicionado	2	1200	0.5	2.4	36
Ventilador	3	50	5	0.75	22.5
Teléfono Inalámbrico	2	40	8	0.64	19

⁶² Empresa Agua las Perlitas y Recibos de ANDA

Impresora	2	100	1	0.2	6
Modem	1	30	8	0.24	7
TOTAL					145.5

Tabla 368 Consumo de energía eléctrica de oficinas

En la tabla siguiente se muestra el presupuesto de cargo de energía eléctrica para uso de la oficina:

CARGOS		TARIFA	VALOR	IVA	TOTAL/MES
Fijo	Comercialización	\$0.923664	\$ 0.923664	\$ 0.120076	\$ 1.04
variable	Distribución	\$0.077294	\$11.246277	\$ 0.010048	\$ 11.26
	Cargo por energía	\$0.123277	\$17.936804	\$ 0.016026	\$ 17.95
Sub-Total					\$ 30.25
Tasa Impositiva					\$ 5.00
TOTAL					\$ 35.00

Tabla 369 Cargo de energía eléctrica de oficina⁶³

CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA DE OFICINAS		
Descripción	Total Mensual	Prorrateo (20%)
Consumo de energía Eléctrica	\$35.00	\$7.00
TOTAL		\$7.00

Tabla 370 Consumo de energía eléctrica de oficinas

* El gasto de oficina se prorratea el 20%, ya que en esta oficina no solamente se utiliza para actividades Administrativas del Centro Ecoturístico Punta Real.

4. Comunicaciones en oficinas

A continuación, se muestra el detalle de consumo de teléfono y servicio de internet:

DESCRIPCIÓN	TOTAL	TOTAL ANUAL
-------------	-------	-------------

⁶³ Empresa Distribuidora de Energía Eléctrica AES

MENSUAL		
Servicio de Telefonía e Internet	\$ 23.17	\$278.04

Tabla 371 Consumo de Telefono e Internet⁶⁴

* Igual que en los casos anteriores las comunicaciones también se les realizara un prorrateo del 20% ya que estas son utilizadas tanto para el Centro Ecoturístico como para otros rubros de la Cooperativa misma.

COMUNICACIONES EN OFICINAS		
Descripción	Total Mensual	Prorrateo (20%)
Servicio de telefonía e internet	\$23.17	\$4.634
TOTAL		\$4.634

Tabla 372 Consumo por comunicaciones en oficinas

5. Consumo de combustible

El consumo de combustible se determina dependiendo de la cantidad de personas que llegarían al Centro Ecoturístico en 3 meses, asumiendo que del total de personas que llegarían cada lancha harían un viaje con 7 personas, además ya que la minoría de los viajes en lancha al Centro Ecoturístico Punta Real se hacen desde Puerto parada se le dio un porcentaje del 20% y de Puerto el triunfo de 80% , los costos de combustible se estimaron en base a lo dicho por la cooperativa que se muestra a continuación. Tomando en consideración que el galon de gasolina pintada cuesta \$3.50.

LANCHEROS DE:	% ASIGNADO DE SALIDA DE LANCHA	PRECIO (GRUPO DE 7 PERSONAS)
Puerto Parada	0.20	\$10
Puerto el Triunfo	0.80	\$25

Tabla 373 Consumo de Gasolina⁶⁵

DESCRIPCIÓN	DEMANDA PROMEDIO
Demanda	372
Viajes de lancha	53.14
Puerto Parada	\$ 110.00

⁶⁴ Recibos de la Empresa CLARO

⁶⁵ Consultoria a un lanchero de Bahía de Jiquilisco Miguel Chacon

Puerto El Triunfo	\$ 1,050
TOTAL	\$ 1,160

Tabla 374 Consumo de combustible

DESTRUCTIBLES	CANTIDAD	PERIODICIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL	TOTAL MENSUAL
Almohadas	15	2 años	\$5.00	\$75.00	\$3.13
Sabana	5	1 año	\$6.67	\$33.33	\$2.78
Cubrecamas	5	1 año	\$6.67	\$33.33	\$2.78
Sobre fundas	10	1 año	\$3.00	\$30.00	\$2.50
Toallas de cuerpo	5	1 año	\$3.00	\$15.00	\$1.25
Toallas de mano	5	1 año	\$1.00	\$5.00	\$0.42
Focos ahorradores	10	6 meses	\$3.00	\$30.00	\$5.00
TOTAL				\$221.67	\$17.85

Tabla 375 Consumo de Los Destructibles

Papelería

Se muestra a continuación el costo de papelería y utilería de oficina:

PAPELERÍA Y UTILERÍA	CANTIDAD ANUAL	PRECIO UNITARIO	TOTAL	TOTAL MENSUAL
Resma de Papel Bond	6	\$4.50	\$27.00	\$2.25
Folder	96	\$0.25	\$24.00	\$2.00
Cartuchos	12	\$17.00	\$204.00	\$17.00
Fasteners (caja)	1	\$3	\$3.00	\$0.25
Clips (caja)	1	\$2	\$2.00	\$0.17
Marcadores	9	\$1.48	\$13.32	\$1.11
Engrapadoras	1	\$3	\$3.00	\$0.25

Caja de grapas	3	\$3	\$9.00	\$0.75
TOTAL			\$276.32	\$23.78

Tabla 376 Costos de papelería

PRESUPUESTO DE PAPELERIA Y UTILERIA		
Descripción	Total Mensual	Prorratio (20%)
Papelería y utilería	\$23.78	\$4.756
TOTAL		\$4.756

Tabla 377 Presupuesto de Papelería y Utilería

Publicidad

Este rubro es muy importante, ya que con este se pretende atrapar a los clientes potenciales para que visiten el Centro Ecoturístico Punta Real, por lo tanto se muestra el costo mensual en la siguiente tabla:

MEJORAMIENTO	DESCRIPCIÓN	ESPECIFICACIONES	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD MENSUAL	TOTAL MENSUAL
Marketing visual	Brouchures	-	\$0.17	83	\$13.75
Diseño de paquetes turísticos Diferenciados	Promoción de Paquetes Turísticos	Afiches Digitales	\$8.00	4	\$32.00
Incorporar al existente modelo un nuevo modelo de ingresos	Comercialización en Cupón Club.	40% paquete 20 personas	\$160.00	1	\$ 160.00
Incorporar programa de clientes frecuentes	Descuentos para los clientes que sean recurrentes a las instalaciones	40% paquete de 20 personas	\$80.00	1	\$ 80.00
Utilizar canales indirectos (Tour	Hacer uso de Tour Operadores	1.5 por persona (40)	\$60.00	1	\$60.00

Operadoras)					
TOTAL					\$ 345.75

Tabla 378 Costo mensual de Publicidad

Cuentas por cobrar

Debido a que los clientes pagan después de haber recibido los servicios brindados por el Centro Ecoturístico Punta Real, no habrá cuentas por cobrar.

Cuentas por pagar

Para las cuentas por pagar, se considerará las cuentas por pagar de los proveedores de materia prima e insumos, pero esta cuenta se utilizara solo cuando sea necesario adquirir los insumos y materia prima al crédito de lo contrario se pagaran en efectivo para el caso se ha considerado que no se tendrá cuentas por pagar.

RESUMEN CAPITAL DE TRABAJO

CAJA, EFECTIVO Y BANCO.	Salarios	MONTO
	Mano de obra directa	\$969.43
	Mano de obra indirecta	\$1,494.35
	Servicios básicos	
	Consumo de agua del Centro Ecoturístico	\$136.00
	Consumo de agua de Administración	\$2.24
	Energía Eléctrica de oficinas	\$7.00
	Comunicaciones	\$4.64
	Combustible	\$1,160
	Destructibles	\$17.85
	Papelería	\$4.75
	Publicidad	\$345.75
INVENTARIOS	Materia Prima	\$2,390.74
CUENTAS POR		---

PAGAR		
CUENTAS POR COBRAR		---
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		\$6,532.75

Tabla 379 Resumen Capital de Trabajo



Ilustración 268 Capital de Trabajo



Ilustración 269 Capital de Trabajo 2

6. INVERSIÓN TOTAL

INVERSION FIJA TANGIBLE	
Terreno	\$80,000.00
Obra civil	\$87,832.16
Mobiliario y equipo de restaurante	\$5.403,75
Mobiliario y equipo de alojamiento	\$2.917,00
Mobiliario y equipo de rancho hamaquero	\$792.60
Mobiliario y equipo de piscina	\$1,874.99
Equipo de paseo en lancha	\$10,340.00
Equipo de deportes acuáticos	\$4,839.63
Centro de interpretacion ambiental	\$475.00
Mobiliario y equipo de estacion de bocadillo y bebidas	\$1.113,00
Mobiliario y equipo area de descanso	\$1,150.00
Mobiliario y equipo estacion de raspados	\$3.604,50
Mobiliario y equipo estacion de bar	\$760.00
Mobiliario y equipo para area de spa	\$467.00
Mobiliario y equipo de sendero	\$280.00
Mobiliario y equipo para compost casero	\$106.00
Equipo de sanitarios	\$210.55
Equipo de camping	\$599.40
Equipo para sistema electrico	\$32,738.05
Equipo de señalizacion	\$98.48
Equipo para publicidad	\$82.90
Mobiliario y equipo de oficina	\$1,169.98
TOTAL	\$236,856.05
INVERSION FIJA INTANGIBLE	

Estudio de factibilidad	\$22,226.40
Gastos de organización legal	\$1,962.72
Administración del proyecto	\$11,000.00
Puesta en marcha	\$2,536.80
Sistemas administrativos	\$470.00
Publicidad y promoción	\$900.00
TOTAL	\$38,975.92
Capital de trabajo	\$6,532.75
IMPREVISTO TOTAL	
Imprevisto inversión fija	\$23,480.90
Imprevisto capital de trabajo	\$326.64
Imprevistos de inversión fija + imprevisto del capital de trabajo	\$23,807.54
TOTAL DE INVERSIÓN	\$306,171.20

Tabla 380 Inversión Total

7. LISTADO DE FUENTES Y PROVEEDORES CONSULTADOS PARA COTIZAR PRECIOS

A continuación se presentan la lista de Almacenes, profesionales, tiendas y supermercados consultados para obtener los precios vigentes para los insumos, mobiliario y equipo entre otros que necesitara el Centro Ecoturístico Punta Real.

MOBILIARIO Y EQUIPO DE SERVICIO DE RESTAURANTE	PROVEEDOR
Cocina con parrilla	Almacenes Tropigas
Licudadora	Almacenes Salgado
Batidora	Almacenes Salgado
Microondas	Almacenes Salgado
Refrigeradora	Almacenes Salgado
Congelador (Frízer)	Almacenes Salgado

Horno (empotrable eléctrico)	Almacenes Salgado
Cafetera (36 tazas)	Almacenes Salgado
Bancas de madera	Carpinteria Romero
Mesas de madera	Carpinteria Romero
Mesas con sillas incluidas	Casa Chamba Flores
Equipo de sonido	Almacenes Tropigas
Alacena	Carpinteria Romero
Armario de cocina de madera	Almacenes Salgado
Estantería	Carpinteria Romero
Mesas de cocina de madera	Carpinteria Romero
Platos Planos de baquelita	Tienda Morena
Platos hondos de baquelita	Tienda Morena
Tazas de baquelita	Tienda Morena
Vasos de vidrio	Tienda Morena
Tenedores	Tienda Morena
Cucharas	Tienda Morena
Cuchillos	Tienda Morena
Cuchillo	Tienda Morena
Cucharas de Madera	Tienda Morena
Caserolas	Tienda Morena
Ollas	Tienda Morena
Copas Plasticas	Tienda Morena

Tabla 381 Fuentes y Proveedores para Restaurante

MOBILIARIO Y EQUIPO DE SERVICIO DE ALOJAMIENTO	PROVEEDOR
Camas	Casa Chamba Flores
Mesa de noche	Casa Chamba Flores
Ventilador	Casa Chamba Flores
Lámpara de noche	Casa Chamba Flores
Armario	Casa Chamba Flores
Televisor	Casa Chamba Flores
Camarote	Casa Chamba Flores
Servicio (inodoro blanco)	Freund
Lavamanos	Freund
Ducha	Freund

Tabla 382 Fuentes y Proveedores para Alojamiento

MOBILIARIO Y EQUIPO DE SERVICIO DE RANCHO HAMAQUERO	PROVEEDOR
Hamacas	Vendedora Mercado de Usulután
Lavamanos	Freund
Armario de pared pequeño	Freund

Tabla 383 Fuente y Proveedores para Hamaqueros

EQUIPO DE SERVICIO DE PISCINA	PROVEEDOR
Planta de energía eléctrica	Comercial Duran Turcio
Bomba de velocidad variable Sta.	Comercial Duran Turcio
Filtro de cartucho pentair clean and clear 50	Comercial Duran Turcio

Tabla 384 Fuente y Proveedores para Piscina

EQUIPO DE SERVICIO DE DEPORTES ACUATICOS		PROVEEDOR
Banana		AquaOrb
Donuts		AquaOrb
Kayac con remos		AquaOrb
Compresor de aire		AquaOrb
Spray Skirt		AquaOrb
Casco		AquaOrb

Tabla 385 Fuente y Proveedores para Servicios Acuaticos

MOBILIARIO Y EQUIPO DE LA ESTACION DE BOCADILLOS Y BEBIDAS		PROVEEDOR
Cocina		Almacenes Salgado
Refrigeradora		Almacenes Salgado
Mesa de palets		Carpinteria Romero
Juego de mesa de palets		Carpinteria Romero
Repisa de palets		Carpinteria Romero
Licuadaora		Almacenes Salgado
Cuchillos		Tienda Morena
Vasos de vidrio		Tienda Morena
Platos de baquelita		Tienda Morena
Tazas de baquelita		Tienda Morena
Tenedores acero inoxidable		Tienda Morena
Cucharas acero inoxidable		Tienda Morena
Cuchillos acero inoxidable		Tienda Morena
Sartén		Tienda Morena
Sartén freidora		Tienda Morena

Tabla 386 Fuente y Proveedores para Estacion de Bocadillos y Bebidas

MOBILIARIO Y EQUIPO ESTACION DE RASPADOS	PROVEEDOR
Juego de mesa de palets	Carpinteria Romero
Freezer de 15 pies cúbicos	Almacenes Salgado
Mesa de palets	Carpinteria Romero
Repisa de palets	Carpinteria Romero
Hielera	Taller Fibras de Oriente
Raspadora de hielo	Comercial Duran Turcio
Tazones de baquelita	Tienda Morena
Vasos de vidrio	Tienda Morena
Cucharas acero inoxidable	Tienda Morena

Tabla 387 Fuente y Proveedores para Estacion de Raspados

MOBILIARIO Y EQUIPO DEL BAR	PROVEEDOR
Juego de mesa	Carpinteria Romero
Taburete de palets	Carpinteria Romero
Barra de palets	Carpinteria Romero
Mesa multifuncional	Carpinteria Romero
Repisas para bebida y cristalería de palets	Carpinteria Romero
Coctelera	Tienda Galo
Vaso mezclador	Tienda Galo
Cuchara mezcladora	Tienda Galo
Colador de coctel	Tienda Galo
Vaso medidor (Jigger)	Tienda Galo
Licuadaora	Almacenes Salgado

Tabla 388 Fuentes y Proveedores para Bar

MOBILIARIO Y EQUIPO DE COMPOST CASERO	PROVEEDOR
Jardineras de madera	Carpinteria Romero
Azada de jardinero	Ferreteria Conecte
Tenedor rompedor de terreno	Ferreteria Conecte
Manguera	Ferreteria Conecte
Guantes	Ferreteria Conecte

Tabla 389 Fuentes y Proveedores para Compost Casero

EQUIPO DE SERVICIOS CAMPING	PROVEEDOR
Tiendas de campaña mediana	AquaOrb
Tienda de campaña grande	AquaOrb

Tabla 390 Fuente y Proveedores de Equipo de Camping

EQUIPO PARA SISTEMA ELÉCTRICO	PROVEEDOR
Sistema fotovoltaico de 400W	Paneles Solares El Salvador
Sistema fotovoltaico de 800W	Paneles Solares El Salvador
Sistema fotovoltaico de 255W	Paneles Solares El Salvador
Sistema fotovoltaico de 10W con luces	Paneles Solares El Salvador
Sistema fotovoltaico de techos	Delsolenergy

Tabla 391 Fuente y Proveedores para Sistema Electrico

SEÑALIZACION	PROVEEDORES
Señales informativas	Freund
Señales de advertencia	Freund
Señales de prohibicion	Freund
Señales de salvamento	Freund

Tabla 392 Fuente y Proveedores para Señalización

DESCRIPCIÓN	ESPECIFICACIÓN	PROVEEDOR
Anuncios publicitarios	0.80x1.80 mts	Arte Digital en San Salvador
Incorporar Whatapp.	Celular Alcatel Pixie	CLARO

Tabla 393 Fuente y Proveedores para Equipo para Publicidad

EQUIPO Y MOBILIARIO PARA OFICINA	PROVEEDOR
Computador	Almacenes Salgado
Teléfono	Almacenes Salgado
Impresora	Almacenes Salgado
Escritorio	Almacenes Salgado
Archivero	Almacenes Salgado
Silla ergonómica	Almacenes Salgado
Sillas	Almacenes Salgado
Ventilador	Almacenes Salgado

Tabla 394 Fuente y Proveedores para Oficina

DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR
Capacitación sobre buenas prácticas de turismo	INSAFOR
Capacitación atención al cliente	INSAFOR
Capacitaciones de bar tender y comida a base de coco	INSAFOR
Capacitaciones para senderismo	INSAFOR
Capacitación de bisutería	INSAFOR

Capacitaciones de primeros auxilios	INSAFOR
Capacitación sobre servicios de oferta, tour operadores, kayak, Hospedaje y Restaurantes.	INSAFOR
Lapiceros	Dollar City
Alimentación	Cocinera Lupi Hernandez
Pizarra	Freund
Plumones	Dollar City
Comandas	Arte Digital El Salvador
Resmas de Papel Bong	Librería Lider
Artículos de oficina (grapapas, fólderes, perforador, etc.)	Librería Lider
Lapiceros	Dollar City
Libretas	Librería Lider
Camisas Sport	Publimpresos Digital y Offset El Salvador
Filipinas	Publimpresos Digital y Offset El Salvador
Gorras	Publimpresos Digital y Offset El Salvador
Camisetas	Publimpresos Digital y Offset El Salvador
Botiquin de primeros auxilio	Farmacias Brasil

Tabla 395 Fuentes y Proveedores para Puesta en Marcha

DESCRIPCIÓN	PROVEEDOR
Software para sistema contable	Desarrollador Raul Villatoro
Software de registro de clientes y reservas	Desarrollador Raul Villatoro
Sistema de quejas y mejora continua	Desarrollador Raul Villatoro

Tabla 396 Fuente y Proveedores para Software

INTANGIBLES DE PUBLICIDAD	PROVEEDORES
Diseño de página WEB y programación	Desarrollador Raul Villatoro
Diseño de menus	Artes Graficas Usulután
Diseños de brochures	Artes Graficas Usulután
Diseño de publicidad de paquetes turísticos	Artes Graficas Usulután
Diseño de la marca y logo	Artes Graficas Usulután
Diseño de banners	Artes Graficas Usulután

Tabla 397 Fuentes y Proveedores para Diseños de Publicidad

INSUMOS	PROVEEDOR
Pescado Robalo	Cooperativa Mariscos del Sur
Pescado Boca colorada	Cooperativa Mariscos del Sur
Curil	Cooperativa Mariscos del Sur

Tabla 398 Fuentes y Proveedores para Mariscos

INSUMOS	PROVEEDOR
Carne de res	Maxi Despensa
Pechuga de pollo	Maxi Despensa

Tabla 399 Fuente y Proveedores para Carnes

INSUMOS	PROVEEDORES
Tomate	Tienda Galo
Pepino	Tienda Galo
Lechuga	Tienda Galo
Arroz	Maxi Despensa
Vainilla	Maxi Despensa

Aceite	Maxi Despensa
Harina	Maxi Despensa
Crema de mariscos	Maxi Despensa
Consomé de camarón	Maxi Despensa
Cebolla	Tienda Galo
Chile	Tienda Galo
Ajo	Tienda Galo
Apio	Tienda Galo
Limonos	Tienda Galo
Maicena	Tienda Galo
Mostaza	Tienda Galo
Sal	Tienda Galo
Salsa negra	Tienda Galo
Chile	Tienda Galo
Azúcar	Tienda Galo
Aceite	Tienda Galo
Kétchup	Tienda Galo
Jabón para lavar platos	Tienda Galo
Papas para Freír	Tienda Galo

Jabón	Tienda Galo
Papel higiénico	Tienda Galo
Bolsa para basura	Tienda Galo
Servilletas	Tienda Galo
Frijol	Tienda Galo
Arroz	Tienda Galo
Huevos	Tienda Galo
Leche	Lacteos Las Ollitas
Queso duro blando	Lacteos Las Ollitas
Crema	Lacteos Las Ollitas
Escoba	Tienda Galo
Lejía	Tienda Galo
Detergente	Tienda Galo
Esponja	Tienda Galo

Tabla 400 Fuentes y Proveedores de Insumos Varios

BEBIDA	PROVEEDOR
Agua	Agua Las Perlitas
Sodas	La Constancia S.A de C.V
Cerveza Suprema	La Constancia S.A de C.V
Cerveza Golden	La Constancia S.A de C.V
Cerveza Corona	Super Selecto
Cerveza Pilsener	La Constancia S.A de C.V

Tabla 401 Inventario de Bebida de Restaurante

INSUMOS	PROVEEDOR
Salchichas Toledo con queso	Super Selecto
Empanizado casero	Super Selecto
Aceite (presentación de 2.84 L)	Super Selecto
Fresas	
Malvaviscos (presentación de 270 gr)	Super Selecto
Gelatina de fresa (presentación de 450gr)	Super Selecto
Sandia	Tienda Galo
Coco	Tienda Galo
Melón	Tienda Galo
Kiwi	Tienda Galo
Limón	Tienda Galo
Guineos	Tienda Galo
Sodas	La Constancia S.A de C.V
Té helado	Super Selecto
Servilleta cuadrada	Super Selecto
Trapeador	Super Selecto
Jabón líquido para platos (presentación de 400ml)	Super Selecto
Jabón líquido para manos (presentación de 221ml)	Super Selecto
Desinfectante	Super Selecto

Tabla 402 Fuentes y Proveedores Insumos para Estacion de Bocadillos y Bebidas

INSUMO	PROVEEDOR
Guineos	Tienda Galo
Chocolate	Tienda Galo
Coco	Tienda Galo
Jarabe de frutas	Tienda Galo
Servilleta cuadrada	Tienda Galo
Escoba	Super Selecto

Trapeador	Super Selecto
Jabón líquido para platos (presentación de 400ml)	Super Selecto
Jabón líquido para manos (presentación de 221ml)	Super Selecto
Desinfectante	Super Selecto

Tabla 403 Fuentes y Proveedores de Estacion de Raspados

INSUMO	PROVEEDOR
Cervezas	La Constancia S.A de C.V
Sidra	Super Selectos
Vodka	Super Selectos
Whisky	Super Selectos
Ron	Super Selectos
Sodas	La Constancia S.A de C.V
Té helado	Super Selectos
Agua de botella	Agua Las Perlitás

Tabla 404 Fuentes y Proveedores para Bar

INSUMO	PROVEEDOR
Tasas	Cooperativa Espiritu Santo
Artesanías	Cooperativa Espiritu Santo
Conservas	Cooperativa Espiritu Santo
Bisutería	Cooperativa Espiritu Santo
Aceite de Coco	Cooperativa Espiritu Santo
Aceites Aromáticos	Biocosmetica Gourmet San Salvador
Toallas	Tienda Morena
Sábanas	Tienda Morena

Tabla 405 Fuentes y Proveedores para Area de Spa

DESTRUCTIBLES	PROVEEDOR
Almohadas	Tienda Morena
Sabana	Tienda Morena

Cubrecamas	Tienda Morena
Sobre fundas	Tienda Morena
Toallas de cuerpo	Tienda Morena
Toallas de mano	Tienda Morena
Focos ahorradores	Freund

Tabla 406 Fuentes y Proveedores para Destructibles

PAPELERÍA Y UTILERÍA	PROVEEDOR
Resma de Papel Bond	Librería Brasil
Folder	Librería Brasil
Cartuchos	Librería Brasil
Fasteners (caja)	Librería Brasil
Clips (caja)	Librería Brasil
Marcadores	Librería Brasil
Engrapadoras	Librería Brasil
Caja de grapas	Librería Brasil

Tabla 407 Fuentes y Proveedores para Papelería y Utileria

MEJORAMIENTO	PROVEEDOR
Marketing visual	Artes Graficas Usulután
Diseño de paquetes turísticos Diferenciados	Artes Graficas Usulután
Incorporar al existente modelo un nuevo modelo de ingresos	Desarrollador Raul Villatoro

Incorporar programa de clientes frecuentes	Desarrollador Raul Villatoro
Utilizar canales indirectos (Tour Operadoras)	Dolphin Tour

Tabla 408 Fuentes y Proveedores para Mercadeo Visual



Ilustración 270 Lista de Proveedores

C. COSTOS DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO

Este apartado tiene como fin dar a conocer cuánto cuesta la prestación de los servicios que se ofrecerá en Centro Ecoturístico Punta Real y a partir de esto fijar el precio de venta del producto ecoturístico que se brinda en forma de paquetes.

Para establecer el cálculo de los costos es necesario asignar los precios del conjunto de recursos requeridos para la prestación del servicio.

Por tanto es necesario mantener un control de los costos incurridos en el proyecto, dicho control registrará la información de forma ordenada y clasificada de manera que se permita tener acceso a todos sus componentes y calcular los montos totales.

Se realizara la estructura de costos donde contempla procedimientos, registros y cuentas especialmente diseñadas con el objeto de determinar el costo unitario del servicio, el control de las operaciones que se realizan para llevar a cabo dicha función en la empresa y proporcionar a la dirección de la misma los elementos para ejercer una adecuada toma de decisiones.

El sistema de costos puede ser de dos tipos:

- **Directos:** Aquel que requiere la separación plenamente definida de los costos variable y de los costos fijos.
- **Absorbentes:** Se incluyen los mismos elementos de los directos más los costos indirectos de fabricación fijos.

SISTEMA DE COSTOS A UTILIZAR:

El sistema de costos que se debe elige se debe determinar en base a los elementos o rubros que se incluyen en la estructura de costos.

Para este caso es una combinación de costeo directo y costeo por absorción ya que el costeo directo nos permitirá determinar los costos fijos y costos variables para la prestación del servicio y el costeo por absorción permitirá mezclar los diferentes rubros de costos directos e indirectos con el fin de determinar el costo unitario para cada paquete que ofrecerá el Centro Ecoturístico Punta Real

1. COSTOS FIJOS

Son aquellos en los que incurre la empresa y que en el corto plazo o para ciertos niveles de producción, no dependen del volumen de productos.

Características de los costos fijos:

1. Controlabilidad. Son controlables respecto a la duración del servicio que prestan a la empresa.
2. Están relacionados estrechamente con la capacidad instalada.

3. Están relacionados con un nivel relevante. Permanecen constantes en un amplio intervalo.
4. Regulados por la administración.
5. Están relacionados con el factor tiempo.
6. Son variables por unidad y fijos en su totalidad.

A continuación se muestra la clasificación de los costos fijo del Centro Ecoturístico Punta Real, en donde Costo Fijo (CF).

COSTOS DE PRESTACION DE SERVICIOS	
Mano de obra directa	
CF	Cocinera
CF	Mesero
CF	Bartender
CF	Encargado de Actividades Acuáticas
CF	Masajistas
CF	Encargado de Estacion de Raspados
CF	Encargado de Estacion de Bocadillos y Bebidas
CF	Lanchero
CF	Guia Turistico
Mantenimiento	
CF	Productos de Limpieza
Depreciación	
CF	Mobiliario y Equipo de Restaurante
CF	Mobiliario y Equipo de Alojamiento
CF	Mobiliario y Equipo de Rancho Hamaquero
CF	Mobiliario y Equipo de Piscina
CF	Mobiliario y Equipo de Paseo en Lancha
CF	Mobiliario y Equipo de Donuts
CF	Mobiliario y Equipo de Banana

CF	Mobiliario y Equipo de Sanitarios
CF	Mobiliario y Equipo de Estacion de Bocadillos y Bebidas
CF	Mobiliario y Equipo de Estacion de Raspados
CF	Mobiliario y Equipo de Area de Descanso
CF	Mobiliario y Equipo Area de Spa
CF	Mobiliario y Equipo de Centro de Interpretacion Ambiental
CF	Mobiliario y Equipo del Bar
CF	Equipo de Camping
CF	Equipo para Sistema Eléctrico

Tabla 409 Costos Operativos

COSTOS ADMINISTRATIVOS

Mano de obra indirecta

CF	Gerente general
CF	Jefe de servicios turísticos
CF	Contador
CF	Encargado de compras

Servicios básicos

CF	Consumo de Agua
CF	Consumo de Energía Eléctrica de oficinas
CF	Gasto de servicio de telefonía e internet de oficina

Depreciación de mobiliario y equipo de oficina

CF	Depreciación de mobiliario y equipo de oficina
----	--

Amortización de intangibles

CF	Amortización de Software administrativos
----	--

Tabla 410 Costos Administrativos

COSTOS DE COMERCIALIZACION

Mano de obra indirecta	
CF	Jefe de Comercializacion
Servicios básicos	
CF	Consumo de Agua
CF	Consumo de Energía Eléctrica de oficinas
CF	Gasto de servicio de telefonía e internet de oficina
Depreciación de mobiliario y equipo de oficina	
CF	Depreciación de mobiliario y equipo de oficina
Amortización de intangibles	
CF	Amortización de Software para publicidad
Otros gastos de publicidad	
CF	Gastos de Publicidad

Tabla 411 Costos de Comercializacion

Se comenzara presentando los costos de prestacion de servicios los costos administrativos de comercialización y financieros se encuentran mas adelante en otro apartado:

COSTO DE PRESTACION DE SERVICIO		COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
CF	Cocinera	\$160,00	1920
CF	Mesero	\$100,00	1200
CF	Bartender	\$160,00	1920
CF	Encargado de Actividades Acuáticas	\$120,00	1440
CF	Masajistas	\$100,00	1200
CF	Encargado de Estacion de Raspados	\$100,00	1200
CF	Encargado de Estacion de Bocadillos y Bebidas	\$100,00	1200
CF	Lanchero	\$129,43	1553,16

CF	Guia Turistico	\$226,50	2718
Mantenimiento			
CF	Productos de Limpieza	\$30,00	\$360,00
Depreciación			
	Terreno (amortizacion)		2285,71
CF	Obra civil	\$487,96	\$5.855,48
CF	Mobiliario y equipo de restaurante	\$269,73	\$3.236,78
CF	Mobiliario y equipo de alojamiento	\$81,03	\$972,33
CF	Mobiliario y equipo de rancho hamaquero	\$44,30	\$531,56
CF	Mobiliario y equipo de piscina	\$31,25	\$375,00
CF	Equipo de paseo en lancha	\$126,67	\$1.520,00
CF	Equipo de deportes acuáticos	\$66,35	\$796,24
CF	Centro de interpretacion ambiental	\$9,01	\$108,16
CF	Mobiliario y equipo de estacion de bocadillo y bebidas	\$19,82	\$237,80
CF	Mobiliario y equipo area de descanso	\$19,17	\$230,00
CF	Mobiliario y equipo estacion de raspados	\$71,39	\$856,63
CF	Mobiliario y equipo estacion de bar	\$16,44	\$197,31
CF	Mobiliario y equipo para area de spa	\$8,16	\$97,90
CF	Mobiliario y equipo de sendero	\$4,67	\$56,00
CF	Mobiliario y equipo para compost casero	\$5,50	\$66,00
CF	Equipo de sanitarios	\$5,85	\$70,18
CF	Equipo de camping	\$16,65	\$199,80
CF	Equipo para sistema electrico	\$140,25	\$1.683,04
CF	Equipo de señalizacion	\$4,10	\$49,24

Tabla 412 Costos de Prestacion de Servicios

CÁLCULO DE LA DEPRECIACIÓN• **OBRA CIVIL**

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	VALOR DE RECUPERACION	DEPRECIACION ANUAL
Restaurante (Rancho)	1	\$5.652,16	\$5.652,16	15	0	\$376,81
Ranchos Hamaqueros	4	\$1,120,00	\$4.480,00	15	0	\$298,67
Bungalows	3	\$2.500,00	\$7.500,00	15	0	\$500,00
Ranchos Sombrilleros	3	\$150,00	\$450,00	15	0	\$30,00
Muelle	1	\$7.200,00	\$7.200,00	15	0	\$480,00
Cancha de Futbol Playa	1	\$400,00	\$400,00	15	0	\$26,67
Cocina	1	\$6.000,00	\$6.000,00	15	0	\$400,00
Piscina	1	\$12,600,00	\$12.600,00	15	0	\$840,00
Baños y Vestidores	2	\$4,400,00	\$8.800,00	15	0	\$586,67
Tanque aereo con Estructura de Apoyo	1	\$4.800,00	\$4.800,00	15	0	\$320,00
Contruccion de Area de Juegos de niños	1	\$200,00	\$200,00	15	0	\$13,33
Construccion de Sendero	1	\$15.000,00	\$15.000,00	15	0	\$1.000,00
Construccion de Bodega	1	\$1.200,00	\$1.200,00	15	0	\$80,00
Construcción de Area de Descanso	1	\$3.100,00	\$3.100,00	15	0	\$206,67

Construccion Centro de Interpretacion Ambiental	1	\$1.500,00	\$1.500,00	15	0	\$100,00
Construccion del Bar	1	\$2.100,00	\$2.100,00	15	0	\$140,00
Construccion Estacion de Bocadillos y Bebidas	1	\$2.600,00	\$2.600,00	15	0	\$173,33
Construccion de estacion de raspados	1	\$2.100,00	\$2.100,00	15	0	\$140,00
Construccion de area de Spa	1	\$2.100,00	\$2.100,00	15	0	\$140,00
Compost casero	1	\$50,00	\$50,00	15	0	\$3,33
TOTAL			\$87,832.16			\$5.855,48

Tabla 413 Depreciacion de Obra Civil

- **RESTAURANTE**

MOBILIARIO Y EQUIPO DE SERVICIO DE RESTAURANTE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	VALOR DE RECUPERACION	DEPRECIACION ANUAL
Cocina con parilla	1	\$115,00	\$115,00	1	0	\$115,00
Licuadaora	1	\$25,00	\$25,00	1	0	\$25,00
Batidora	1	\$20,00	\$20,00	1	0	\$20,00
Microondas	1	\$80,00	\$80,00	1	0	\$80,00
Refrigeradora	1	\$230,00	\$230,00	1	0	\$230,00

Congelador (Frízer)	2	\$350,00	\$700,00	2	0	\$350,00
Horno (empotrable eléctrico)	1	\$1.295,00	\$1.295,00	1	0	\$1.295,00
Cafetera (36 tazas)	1	\$40,00	\$40,00	1	0	\$40,00
Sillas plásticas	20	\$7,50	\$150,00	6	0	\$25,00
Bancas de madera	10	\$30,00	\$300,00	10	0	\$30,00
Mesas de madera	5	\$70,00	\$350,00	5	0	\$70,00
Mesas plásticas	5	\$26,50	\$132,50	5	0	\$26,50
Mesas con sillas incluidas	5	\$90,00	\$450,00	5	0	\$90,00
Equipo de sonido	1	\$125,00	\$125,00	5	0	\$25,00
Alacena	1	\$210,00	\$210,00	1	0	\$210,00
Armario de cocina de madera	1	\$220,00	\$220,00	1	0	\$220,00
Estantería	3	\$69,95	\$209,85	3	0	\$69,95
Mesas de cocina de madera	2	\$15,00	\$30,00	2	0	\$15,00
Platos Planos de baquelita	80	\$0,60	\$48,00	1	0	\$48,00
Platos hondos de baquelita	80	\$0,60	\$48,00	1	0	\$48,00

Tazas de baquelita	56	\$0,45	\$25,20	3	0	\$8,40
Vasos de vidrio	80	\$3,50	\$280,00	3	0	\$93,33
Tenedores	80	\$0,25	\$20,00	3	0	\$6,67
Cucharas	80	\$0,25	\$20,00	3	0	\$6,67
Cuchillos	80	\$0,25	\$20,00	3	0	\$6,67
Cuchillo	6	\$1,50	\$9,00	3	0	\$3,00
Cucharas de Madera	6	\$2,00	\$12,00	3	0	\$4,00
Caserolas	10	\$12,00	\$120,00	3	0	\$40,00
Ollas	4	\$20,00	\$80,00	5	0	\$16,00
Copas Plasticas	56	\$0,70	\$39,20	2	0	\$19,60
TOTAL			\$5.403,75			\$3.236,78

Tabla 414 Depreciacion de Restaurante

- **ALOJAMIENTO**

MOBILIARIO Y EQUIPO DE SERVICIO DE ALOJAMIENTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	VALOR DE RESCATE	DEPRECIACION ANUAL
Camas	3	\$199.00	\$ 597,00	3	0	\$199,00
Mesa de noche	3	\$35.00	\$ 105,00	3	0	\$35,00

Ventilador	3	\$37.95	\$ 113,85	3	0	\$37,95
Lámpara de noche	3	\$27.95	\$ 83,85	3	0	\$27,95
Armario	3	\$120.00	\$ 360,00	3	0	\$120,00
Televisor	3	\$199.00	\$ 597,00	3	0	\$199,00
Camarote	3	\$310.00	\$ 930,00	3	0	\$310,00
Servicio (inodoro blanco)	1	\$49.95	\$ 49,45	3	0	\$16,48
Lavamanos	1	\$47.95	\$ 47,95	3	0	\$15,98
Ducha	1	\$32.90	\$ 32,90	3	0	\$10,97
TOTAL			\$2.917,00			\$972.33

Tabla 415 Depreciacion Alojamiento

• RANCHO HAMAQUERO

MOBILIARIO Y EQUIPO DE SERVICIO DE RANCHO HAMAQUERO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	VALOR RESCATE	DEPRECIACION ANUAL
Hamacas	12	\$40.00	\$480.00	1	0	\$480,00
Lavamanos	4	\$47.95	\$191.80	7	0	\$27,40
Armario de pared pequeño	4	\$30.20	\$120.80	5	0	\$24,16
TOTAL			\$792.60			\$531.56

Tabla 416 Depreciacion Rancho Hamaquero

- **PISCINA**

MOBILIARIO Y EQUIPO DE SERVICIO DE PISCINA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	VALOR DE RESCATE	DEPRECIACION ANUAL
Planta de energía eléctrica	1	\$649.99	\$649.99	5	0	\$130,00
Bomba de velocidad variable Sta.	1	\$800.00	\$800.00	5	0	\$160,00
Filtro de cartucho pentair clean and clear 50	1	\$425.00	\$425.00	5	0	\$85,00
TOTAL			\$1,874.99			\$375.00

Tabla 417 Depreciacion Piscina

- **EQUIPO DE PASEOS EN LANCHA**

MOBILIARIO Y EQUIPO DE SERVICIO DE PASEO EN LANCHA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	VALOR DE RESCATE	DEPRECIACION ANUAL
Motor 40hp JAMAHA	1	\$3,500.00	\$3,500.00	7	0	\$500,00
Lancha de 35 pies	1	\$6,000	\$6,000.00	10	0	\$600,00

Equipo de chalecos salvavidas	30	\$28.00	\$840.00	2	0	\$420,00
TOTAL			\$10,340.00			\$1,520.00

Tabla 418 Depreciacion Paseo en Lancha

- **EQUIPO DE DEPORTES ACUATICOS**

MOBILIARIO Y EQUIPO DE SERVICIO DE DEPORTES ACUATICOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	VALOR RESCATE	DE DEPRECIACION ANUAL
Banana	1	\$510.31	\$510.31	5	0	\$102,06
Donuts	1	\$145.43	\$145.43	5	0	\$29,09
Kayac con remos	2	\$1,356.00	\$2,712.00	7	0	\$387.42
Compresor de aire	1	\$11.95	\$11.95	1	0	\$11,95
Spray Skirt	2	\$20.00	\$40.00	1	0	\$40,00
Casco	4	\$16.00	\$64.00	2	0	\$32,00
TOTAL			\$4,839.69			\$796.24

Tabla 419 Depreciacion Deportes Acuáticos

- **CENTRO DE INTERPRETACION AMBIENTAL**

MOBILIARIO Y EQUIPO DEL CENTRO DE INTERPRETACION AMBIENTAL	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	VALOR DE RESCATE	DEPRECIACION ANUAL
Sofa de Palets	5	\$95,00	\$475,00	5	0	\$95,00
Mesas de Palets	2	\$12,00	\$65.80	5	0	\$13,16
TOTAL			\$475.00			\$108.16

Tabla 420 Depreciacion Centro de Interpretacion Ambiental

- **ESTACION DE BOCADILLOS Y BEBIDAS**

MOBILIARIO Y EQUIPO DE LA ESTACION DE BOCADILLOS Y BEBIDAS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	VALOR DE RESCATE	DEPRECIACION ANUAL
Cocina	1	\$40.00	\$40.00	5	0	\$8,00
Refrigeradora	1	\$150	\$210.00	5	0	\$42,00
Mesa de palets	2	\$12.00	\$24.00	5	0	\$4,80
Juego de mesa de palets	5	\$135	\$675.00	5	0	\$135,00
Repisa de palets	2	\$25.00	\$50.00	5	0	\$10,00
Licuada	1	\$15.00	\$15.00	3	0	\$5,00
Cuchillos	2	\$1.50	\$3.00	3	0	\$1,00
Vasos de vidrio	30	\$3.50 (set 6	\$21.00	3	0	\$7,00

		unidades)				
Platos de baquelita	30	\$0.60	\$18.00	3	0	\$6,00
Tazas de baquelita	30	\$0.45	\$13.50	3	0	\$4,50
Tenedores acero inoxidable	30 unidades	\$0.25	\$7.50	3	0	\$2,50
Cucharas acero inoxidable	30 unidades	\$0.25	\$7.50	3	0	\$2,50
Cuchillos acero inoxidable	30 unidades	\$0.25	\$7.50	3	0	\$2,50
Sartén	2	\$9.00	\$9.00	3	0	\$3,00
Sartén freidora	1	\$12.00	\$12.00	3	0	\$4,00
TOTAL			\$1.113,00			\$237.80

Tabla 421 Depreciacion Estacion de Bocadillos y Bebida

- **ESTACION DE DESCANSO**

MOBILIARIO Y EQUIPO AREA DE DESCANSO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	VALOR DE RESCATE	DEPRECIACION ANUAL
Sofa de Palets	8	\$95,00	\$760,00	5	0	\$152,00
Mesas para sala de Palets	4	\$30,00	\$120,00	5	0	\$24,00
Sillas haraganas de Palets	6	\$45,00	\$270,00	5	0	\$54,00
TOTAL			\$1.150,00			\$230.00

Tabla 422 Depreciacion Area de Descanso

- ESTACION DE RASPADOS

MOBILIARIO Y EQUIPO ESTACION DE RASPADOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	VALOR DE RESCATE	DEPRECIACION ANUAL
Juego de mesa de palets	5	\$135,00	\$675,00	5	0	\$135,00
Freezer de 15 pies cúbicos	1	\$300,00	\$300,00	5	0	\$60,00
Mesa de palets	2	\$12,00	\$24,00	5	0	\$4,80
Repisa de palets	1	\$25,00	\$25,00	5	0	\$5,00
Hielera	1	\$40,00	\$40,00	3	0	\$13,33
Raspadora de hielo	1	\$2.500,00	\$2.500,00	4	0	\$625,00
Tazones de baquelita	30	\$0,40	\$12,00	3	0	\$4,00
Vasos de vidrio	30	\$3,50	\$21,00	3	0	\$7,00
Cucharas acero inoxidable	30 unidades	\$0,25	\$7,50	3	0	\$2,50
TOTAL			\$3.604,50			\$856.63

Tabla 423 Depreciacion Estacion de Raspados

- BAR

MOBILIARIO Y EQUIPO DEL BAR	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	VALOR DE RESCATE	DEPRECIACION ANUAL
Juego de mesa	4	\$60,00	\$240,00	5	0	\$48,00

Taburete de palets	8	\$20,00	\$160,00	5	0	\$32,00
Barra de palets	4 piezas (2 piezas de 1.6x0.6 metros , 2 piezas de 2.0x0.6 metros)	\$180,00	\$180,00	7	0	\$25,71
Mesa multifuncional	4	\$12,00	\$48,00	5	0	\$9,60
Repisas para bebida y cristalería de palets	2	\$25,00	\$50,00	5	0	\$10,00
Coctelera	1	\$16,00	\$16,00	1	0	\$16,00
Vaso mezclador	2	\$12,00	\$24,00	1	0	\$24,00
Cuchara mezcladora	2	\$2,00	\$4,00	1	0	\$4,00
Colador de coctel	2	\$3,50	\$7,00	1	0	\$7,00
Vaso medidor (Jigger)	2	\$8,00	\$16,00	1	0	\$16,00
Licuadaora	1	\$15,00	\$15,00	3	0	\$5,00
TOTAL			\$760,00			\$197,31

Tabla 424 Depreciacion Mobiliario y Equipo del Bar

- **AREA DE SPA**

MOBILIARIO Y EQUIPO DE AREA DE SPA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	VALOR DE RECUPERACION	DEPRECIACION ANUAL
Camilla de madera para Spa	2	\$170,00	\$340,00	4	50	\$72,50
Mesa de pallets	1	\$12,00	\$12,00	5	0	\$2,40
Sofá de pallets	1	\$65,00	\$65,00	5	0	\$13,00
Repisa de Pallets	1	\$50,00	\$50,00	5	0	\$10,00
TOTAL			\$467.00			\$97.90

Tabla 425 Depreciacion Mobiliario y Equipo Area de Spa

- **EQUIPO DEL SENDERO**

MOBILIARIO Y EQUIPO DE SENDERO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	VALOR DE RECUPERACION	DEPRECIACION ANUAL
Mampara de información	2	\$80.00	\$160.00	5	0	\$32,00
Señal de indicador de sendero	12	\$10.00	\$120.00	5	0	\$24,00
TOTAL			\$280.00			\$56.00

Tabla 426 Depreciacion Mobiliario y Equipo del Sendero

- **COMPOST CASERO**

MOBILIARIO Y EQUIPO DE COMPOST CASERO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	VALOR DE RECUPERACION	DEPRECIACION ANUAL
Jardineras de madera	2	\$20,00	\$40,00	4	0	\$10,00
Azada de jardinero	2	\$5,00	\$10,00	1	0	\$10,00
Tenedor rompedor de terreno	2	\$4,00	\$8,00	1	0	\$8,00
Manguera	1	\$20,00	\$20,00	2	0	\$10,00
Guantes	4	\$7,00	\$28,00	1	0	\$28,00
TOTAL			\$106.00			\$66.00

Tabla 427 Depreciacion Mobiliario y Equipo de Compost Casero

- **MOBILIARIO Y EQUIPO DE SANITARIOS**

MOBILIARIO Y EQUIPO DE SERVICIOS SANITARIOS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	VALOR DE RECUPERACION	DEPRECIACION ANUAL
Duchas	3	\$14.95	\$44.85	3	0	\$14,95
Lavamanos	3	\$21.93	\$65.80	3	0	\$21,93
Sanitario	2	\$49.95	\$99.90	3	0	\$33,30
TOTAL			\$210.55			\$70.18

Tabla 428 Depreciacion Mobiliario y Equipo de Sanitarios

- **MOBILIARIO Y EQUIPO DE CAMPING**

MOBILIARIO Y EQUIPO DE SERVICIOS CAMPING	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	VALOR DE RECUPERACION	DEPRECIACION ANUAL
Tiendas de campaña mediana	2	\$79.90	\$159.80	3	0	\$53,27
Tienda de campaña grande	4	\$109.90	\$439.60	3	0	\$146,53
TOTAL			\$599.40			\$199.80

Tabla 429 Depreciacion Mobiliario y Equipo de Camping

- **EQUIPO PARA SISTEMA ELÉCTRICO**

EQUIPO PARA SISTEMA ELÉCTRICO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	VALOR DE RECUPERACION	DEPRECIACION ANUAL
Sistema fotovoltaico de 400w	1	\$5,429.89	\$5,429.89	15	0	\$361,99
Sistema fotovoltaico de 800w	3	\$5,450.00	\$16,350.00	15	0	\$1.090,00
Sistema fotovoltaico de 255w	1	\$2,233.16	\$2,233.16	15	0	\$148,88
Sistema fotovoltaico de 10w con luces	7	\$175.00	\$1,225.00	15	0	\$81,67
Sistema fotovoltaico de techos	3	\$2,500	\$7,500	15	0	\$0,50
TOTAL			\$32,738.05			\$1.683,04

Tabla 430 Depreciacion Equipo para Sistema Eléctrico

- **EQUIPO DE SEÑALIZACIÓN**

SEÑALIZACION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL	VALOR RECUPERACION	DE DEPRECIACION ANUAL
Señales informativas	25	\$2.40	\$60.00	2	0	\$30,00
Señales de advertencia	1	\$1.78	\$1.78	2	0	\$0,89
Señales de prohibicion	9	\$2.10	\$18.90	2	0	\$9,45
Señales de salvamento	10	\$1.78	\$17.80	2	0	\$8,90
TOTAL			\$98.48			\$49.24

Tabla 431 Depreciacion Equipo de Señalización

- **MOBILIARIO Y EQUIPO PARA PUBLICIDAD**

DESCRIPCIÓN	ESPECIFICACIÓN	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL	VIDA UTIL	VALOR RECUPERACION	DE DEPRECIACION ANUAL
Anuncios publicitarios	0.80x1.80 mts	1	\$ 33.90	\$ 33.90	2	0	\$16,95
Incorporar Whatapp.	Celular Alcatel Pixie	1	\$ 49.00	\$ 49.00	2	0	\$24,50
TOTAL				\$ 82.90			\$41.45

Tabla 432 Depreciacion Equipo para Publicidad

- **MOBILIARIO Y EQUIPO DE OFICINA**

EQUIPO Y MOBILIARIO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL	VIDA UTIL	VALOR DE RECUPERACION	DEPRECIACION ANUAL
Computador	1	\$ 500.00	\$ 500.00	5	\$100,00	\$80,00
Teléfono	1	\$ 35.99	\$ 35.99	10	0	\$3,60
Impresora	1	\$ 68.00	\$ 68.00	5	0	\$13,60
Escritorio	1	\$ 279.99	\$ 279.99	8	\$100,00	\$22,50
Archivero	1	\$ 159.00	\$ 159.00	5	\$75,00	\$16,80
Silla ergonómica	1	\$ 75.00	\$ 75.00	5	\$11,00	\$12,80
Sillas	2	\$ 11.00	\$ 22.00	5	0	\$4,40
Ventilador	1	\$ 30.00	\$ 30.00	3	0	\$10,00
TOTAL			\$ 1,169.98			\$163.70
				PRORROTEO 20%		\$ 32.74

Tabla 433 Depreciacion Mobiliario y Equipo de Oficina

RESUMEN DE DEPRECIACIÓN

DESCRIPCIÓN	COSTO TOTAL
Obra civil	\$5,855.48
Mobiliario y equipo de restaurante	\$3,236.78
Mobiliario y equipo de alojamiento	\$972.33
Mobiliario y equipo de rancho hamaquero	\$531.56
Mobiliario y equipo de piscina	\$375.00
Equipo de paseo en lancha	\$1,520.00
Equipo de deportes acuáticos	\$796.24
Centro de interpretacion ambiental	\$108.16
Mobiliario y equipo de estacion de bocadillo y bebidas	\$237.80
Mobiliario y equipo area de descanso	\$230.00
Mobiliario y equipo estacion de raspados	\$856.63
Mobiliario y equipo estacion de bar	\$197.31
Mobiliario y equipo para area de spa	\$97.90
Mobiliario y equipo de sendero	\$56.00
Mobiliario y equipo para compost casero	\$66.00
Equipo de sanitarios	\$70.18
Equipo de camping	\$199.80
Equipo para sistema electrico	\$1,683.04
Equipo de señalizacion	\$49.24
Equipo para publicidad	\$41.45
Mobiliario y equipo de oficina	\$32.74
TOTAL	\$17,213.74

Tabla 434 Resumen de todas las Depreciaciones

- **Amortización de inversión directa**

INVERSION TOTAL INTANGIBLE		VIDA UTIL	AMORTIZACION
Total Inversión Intangible	\$38.975,92	10	\$3.897,59

Tabla 435 Amortizacion de inversion directa

Costo Financiero

Para calcular el costo por financiamiento se presenta a continuación el resumen de la inversión en la cual se incurriera:

INVERSION FIJA TANGIBLE			
OBRA CIVIL			
Bungalow	1	\$2.500,00	\$2.500,00
Area de camping	1	\$200,00	\$200,00
Bodega	1	\$1.200,00	\$1.200,00
Construccion de Area de Juegos de niños	1	\$200,00	\$200,00
Construccion de Sendero	1	\$15.000,00	\$15.000,00
Construcción de Area de Descanso	1	\$3.100,00	\$3.100,00
Construccion Centro de Interpretacion Ambiental	1	\$1.500,00	\$1.500,00
Construccion del Bar	1	\$2.100,00	\$2.100,00
Construccion Estacion de Bocadoillos y Bebidas	1	\$2.600,00	\$2.600,00
Construccion de estacion de raspados	1	\$2.100,00	\$2.100,00
Construccion de area de Spa	1	\$2.100,00	\$2.100,00
Compost casero	1	\$50,00	\$50,00
MOBILIARIO Y EQUIPO			
Microondas	1	\$80,00	\$80,00
Refrigeradora	1	\$230,00	\$230,00

Horno (empotrable eléctrico)	1	\$1.295,00	\$1.295,00
Cafetera (36 tazas)	1	\$40,00	\$40,00
EQUIPO PARA ALOJAMIENTO			
Camas	2	\$199.00	\$ 398.00
Mesa de noche	2	\$35.00	\$ 70.00
Ventilador	2	\$37.95	\$ 75.90
Lámpara de noche	3	\$27.95	\$ 83,85
Armario	3	\$120.00	\$ 360,00
Televisor	3	\$199.00	\$ 597,00
Camarote	2	\$310.00	\$ 620.00
EQUIPO PARA RANCHOS HAMAQUEROS			
Armario de pared pequeño	4	\$30.20	\$120.80
EQUIPO PARA DEPORTE ACUATICOS			
Banana	1	\$510.31	\$510.31
Donuts	1	\$145.43	\$145.43
Kayac	2	\$1,356.00	\$2712.00
Compresor de aire	1	\$11.95	\$11.95
Casco de protección	4	\$16.00	\$64.00
EQUIPO PARA ESTACION DE BOCADILLOS Y BEBIDAS			
Cocina	1	\$40.00	\$40.00
Refrigeradora	1	\$150	\$210.00
Mesa de palets	2	\$12.00	\$24.00
Juego de mesa de palets	5	\$135	\$675.00
Repisa de palets	2	\$25.00	\$50.00
Licuada	1	\$15.00	\$15.00
Cuchillos	2	\$1.50	\$3.00
Sartén	2	\$9.00	\$9.00

Sartén freidora	1	\$12,00	\$12,00
AREA DE DESCANSO			
Sofa de Palets	8	\$95,00	\$760,00
Mesas para sala de Palets	4	\$30,00	\$120,00
Sillas haraganas de Palets	6	\$45,00	\$270,00
ESTACION DE RASPADO			
Juego de mesa de palets	5	\$135,00	\$675,00
Freezer de 15 pies cúbicos	1	\$300,00	\$300,00
Mesa de palets	2	\$12,00	\$24,00
Repisa de palets	1	\$25,00	\$25,00
Hielera	1	\$40,00	\$40,00
Raspadora de hielo	1	\$2.500,00	\$2.500,00
BAR			
Juego de mesa	4	\$60,00	\$240,00
Taburete de palets	8	\$20,00	\$160,00
Barra de palets	4 piezas (2 piezas de 1.6x0.6 metros , 2 piezas de 2.0x0.6 metros)	\$180,00	\$180,00
Mesa multifuncional	4	\$12,00	\$48,00
Repisas para bebida y cristalería de palets	2	\$25,00	\$50,00
Coctelera		\$16,00	\$16,00
Vaso mezclador	2	\$12,00	\$24,00
Cuchara mezcladora	2	\$2,00	\$4,00
Colador de coctel	2	\$3,50	\$7,00
Vaso medidor (Jigger)	2	\$8,00	\$16,00
Licuada	1	\$15,00	\$15,00

AREA DE SPA			
Camilla de madera para Spa	2	\$170,00	\$340,00
Mesa de pallets	1	\$12,00	\$12,00
Sofá de pallets	1	\$65,00	\$65,00
Repisa de Pallets	1	\$50,00	\$50,00
SENDERO			
Mampara de información	2	\$80.00	\$160.00
Señal de indicador de sendero	12	\$10.00	\$120.00
COMPOST CACERO			
Jardineras de madera	2	\$20,00	\$40,00
Azada de jardinero	2	\$5,00	\$10,00
Tenedor rompedor de terreno	2	\$4,00	\$8,00
Manguera	1	\$20,00	\$20,00
Guantes	4	\$7,00	\$28,00
CENTRO DE INTERPRETACION AMBIENTAL			
Sofa de Palets	5	\$95,00	\$475,00
Mesas de Palets	2	\$12,00	\$65.80
EQUIPO DE CAMPING			
Tiendas de campaña mediana	2	\$79.90	\$159.80
Tienda de campaña grande	4	\$109.90	\$439.60
EQUIPO DE SISTEMA ELECTRICO			
Sistema fotovoltaico de techos	3	\$2,500	\$7,500
EQUIPO DE SEÑALIZACION			
Señales informativas	25	\$2.40	\$60.00
Señales de advertencia	1	\$1.78	\$1.78
Señales de prohibicion	9	\$2.10	\$18.90
Señales de salvamento	10	\$1.78	\$17.80

PUBLICIDAD			
Anuncios publicitarios	1	33.9	\$33.90
Incorporar Whatapp.	1	49	\$49.00
TOTAL NUEVA INVERSION FIJA TANGIBLE			\$46.046,29
INVERSION FIJA INTANGIBLE			
Estudio de Factibilidad			\$22,226.40
Gastos de Organización Legal			\$1,962.72
Administración del Proyecto			\$11,000.00
Puesta en Marcha			\$2,536.80
Sistemas Administrativos			\$470.00
Publicidad y Promocion			\$900.00
TOTAL NUEVA INVERSION FIJA INTANGIBLE			\$38,975.92
Capital de trabajo			\$6,532.75
Imprevistos			\$23,807.54
INVERSION NUEVA TOTAL			\$115.362,50

Tabla 436 Inversion nueva total

Para el cálculo de las cuotas mensuales, se solicitara el prestamo de \$115,362.50, a una tasa de 6.25% anual, a un plazo de 30 años, el cual la fuente como alternativa de financiamiento es BANDESAL, se muestra a continuación:

ESPECIFICACION DEL PRESTAMO	
Préstamo	\$115,362.50
Tasa de interés anual	6.25%
Tasa de interés mensual	0.521%
Plazo	30 años
Cuota Mensual	\$737,95 ⁶⁶

Tabla 437 Especificacion del Prestamo

Para el cálculo del interés que se pagará mensualmente, cabe mencionar que la fuente que nos financiara nos proporcionará 3 años de periodo de gracia, donde solo se pagaran

⁶⁶ A partir del cuarto año será aplicable la cuota por el periodo de gracia.

intereses, y a partir del 4 año se comenzara a abonar a la deuda y al interés, se presenta a continuación para 5 años:

AÑO	MES	ABONO A CAPITAL	INTERESES	CUOTA	DLP DESPUES DEL PAGO
Año 1	1	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	2	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	3	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	4	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	5	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	6	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	7	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	8	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	9	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	10	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	11	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	12	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
Año 2	1	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	2	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	3	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	4	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	5	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	6	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	7	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	8	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	9	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	10	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	11	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	12	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
Año 3	1	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	2	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	3	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	4	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	5	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	6	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	7	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	8	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	9	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	10	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	11	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50
	12	0	\$600,85	\$600,85	\$115.362,50

Año 4	1	\$137,11	\$600,85	\$737,95	\$115.225,39
	2	\$137,82	\$600,13	\$737,95	\$115.087,57
	3	\$138,54	\$599,41	\$737,95	\$114.949,03
	4	\$139,26	\$598,69	\$737,95	\$114.809,77
	5	\$139,99	\$597,97	\$737,95	\$114.669,79
	6	\$140,71	\$597,24	\$737,95	\$114.529,07
	7	\$141,45	\$596,51	\$737,95	\$114.387,63
	8	\$142,18	\$595,77	\$737,95	\$114.245,44
	9	\$142,92	\$595,03	\$737,95	\$114.102,52
	10	\$143,67	\$594,28	\$737,95	\$113.958,85
	11	\$144,42	\$593,54	\$737,95	\$113.814,43
	12	\$145,17	\$592,78	\$737,95	\$113.669,26
Año 5					
	1	\$145,93	\$592,03	\$737,95	\$113.523,34
	2	\$146,69	\$591,27	\$737,95	\$113.376,65
	3	\$147,45	\$590,50	\$737,95	\$113.229,20
	4	\$148,22	\$589,74	\$737,95	\$113.080,98
	5	\$148,99	\$588,96	\$737,95	\$112.931,99
	6	\$149,77	\$588,19	\$737,95	\$112.782,23
	7	\$150,55	\$587,41	\$737,95	\$112.631,68
	8	\$151,33	\$586,62	\$737,95	\$112.480,35
	9	\$152,12	\$585,84	\$737,95	\$112.328,23
	10	\$152,91	\$585,04	\$737,95	\$112.175,32
	11	\$153,71	\$584,25	\$737,95	\$112.021,62

Tabla 438 Descripción de los intereses y cuotas a pagar por el préstamo

2. COSTOS VARIABLES

Mantienen una relación directa con las cantidades producidas, son proporcionales al volumen de trabajo.

COSTOS PRESTACION DE SERVICIOS VARIABLES	
CV	Insumo de Restaurante
CV	Insumos Estacion de Bocadillos y Bebidas
CV	Insumos Estacion de Raspados
CV	Insumos Bar
CV	Insumos Spa
CV	Consumo de agua para restaurante
CV	Consumo de agua para bar
CV	Consumo de agua para estacion de raspados
CV	Consumo de agua para estacion de bocadillos y bebidas
CV	Meseros

CV	Gasolina
CV	Destructibles

Tabla 439 Costos de Prestacion de Servicios Variables

COSTOS VARIABLES		COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
CV	Insumo de Restaurante	\$1.602,31	\$19227,72
CV	Insumos Estacion de Bocadillos y Bebidas	\$244,65	\$2935,8
CV	Insumos Estacion de Raspados	\$83,60	\$1003,2
CV	Insumos Bar	\$336,60	\$4039,2
CV	Insumos Spa	\$123,28	\$1479,36
CV	Consumo de agua para restaurante	\$68,00	\$816,00
CV	Consumo de agua para bar	\$17,00	\$204,00
CV	Consumo de agua para estacion de raspados	\$17,00	\$204,00
CV	Consumo de agua para estacion de bocadillos y bebidas	\$34,00	\$408,00
CV	Meseros	\$16,00	\$192,00
CV	Gasolina	\$1160	\$13920
CV	Destructibles	\$17,85	\$214,20

Tabla 440 Costos Variables Mensual y Anual

3. COSTOS ADMINISTRATIVOS

Dentro de este rubro se consideran los costos en que se incurre al realizar la función de la administración del Centro Ecoturístico, entre ellos se encuentran la mano de obra, consumo de agua y energía eléctrica en general (menos del área de operación), depreciación de la obra civil, equipo y mobiliario de oficina, en este apartado se incluye:

- Salarios de Personal de áreas administrativas
- Depreciación de Equipos y mobiliarios de áreas administrativas
- Consumo de Agua, energía, teléfono, etc.
- Mantenimiento de equipo, mobiliario e instalaciones administrativas
- Honorarios y pago de funciones externas: Legales, contables, auditorias, seguridad, consultarías o asistencia técnica administrativa, etc.
- Amortización de intangibles informáticos.

COSTOS ADMINISTRATIVOS	
Mano de obra indirecta	
CF	Gerente general
CF	Jefe de servicios turísticos
CF	Contador
CF	Encargado de compras
Servicios básicos	
CF	Consumo de Agua
CF	Consumo de Energía Eléctrica de oficinas
CF	Gasto de servicio de telefonía e internet de oficina
Depreciación de mobiliario y equipo de oficina	
CF	Depreciación de mobiliario y equipo de oficina
Amortización de intangibles	
CF	Amortización de Software administrativos

Tabla 441 Costos Administrativos

COSTOS ADMINISTRATIVOS	
Jefe de servicios turísticos	\$200,00
Contador	\$345,58
Encargado de compras	\$200,00
Consumo de Agua	\$2,24
Consumo de Energía Eléctrica de oficinas	\$3,50
Gasto de servicio de telefonía e internet de oficina	\$2,31
Depreciación de mobiliario y equipo de oficina	\$16,37
Amortización de Software administrativos	\$35,00

Papelería y Utillería	\$4,76
-----------------------	--------

Tabla 442 Costos Administrativos Mensuales

4. COSTO DE COMERCIALIZACION

Se consideran los costos que se relacionan con todas las actividades referentes a comercialización, desde los estudios de marketing, los gastos en publicidad, el costo en las estrategias de marketing, papelería y otros costos relacionados con la promoción del Centro Eco turístico Punta Real.

Este incluye los siguientes rubros:

- Salarios de personal de comercialización
- Depreciación de equipos, mobiliario e instalaciones de comercialización
- Consumo de energía eléctrica, agua, telefotos, etc.
- Suministros diversos del área de comercialización, incluyendo materiales promocionales.
- Amortización de los paginas web y el estudio de factibilidad

COSTOS DE COMERCIALIZACION	
Mano de obra indirecta	
CF	Jefe de Comercializacion
Servicios básicos	
CF	Consumo de Agua
CF	Consumo de Energía Eléctrica de oficinas
CF	Gasto de servicio de telefonía e internet de oficina
Depreciación de mobiliario y equipo de oficina	
CF	Depreciación de mobiliario y equipo de oficina
Amortización de intangibles	
CF	Amortización de Software para publicidad
Otros gastos de publicidad	
CF	Gastos de Publicidad

Tabla 443 Costos de Comercializacion

COSTOS DE COMERCIALIZACION

Consumo de Agua	\$2,24
Consumo de Energía Eléctrica de oficinas	\$3,50
Gasto de servicio de telefonía e internet de oficina	\$2,32
Depreciación de mobiliario y equipo de oficina	\$16,37
Amortización de Software para publicidad	\$90,00
Gastos de Publicidad	\$345,75
Depreciacion de Equipo para publicidad	\$41,45

Tabla 444 Costos de Comercializacion Mensuales

5. COSTOS FINANCIEROS

Se refieren a los costos que se deben pagar en relación con el capital que se desea prestar que posee el valor de \$115,362.50 Se refiere solo a los intereses y no a la parte a abono a capital.

COSTOS FINANCIEROS ANUALES	
Intereses	\$7.210,16

Tabla 445 Costos Financieros Intereses

6. COSTOS POR SERVICIOS

A continuación se presentaran el calculo de los costos por cada servicio a ofertar teniendo en cuenta que se calcularan sobre la base de demanda anual que se recibirán en el Centro Ecoturistico Punta Real ya que saber el costo unitario por servicio, permitirá conocer cuanto me cuesta prestar un servicio en especifico para las ocasiones en que las personas deseen estructurar sus propios paquetes turísticos o adquirir los servicios en las instalaciones de forma individual es decir no contemplando comprar un paquete turístico.

Para determinar el Costo por servicio es necesario tener claro la estructura a seguir para dicho calculo:

COSTO POR SERVICIO
Costo de prestacion de servicio
Costos de Administracion
Costos de Comercializacion
Costos Financieros

Tabla 446 Determinacion de los Costos por Servicio

Para los costos de prestación de servicios se tomaron en consideración los costos fijos y los costos variables que se tienen para cada servicio. Donde los servicios para los cuales se determinara su costo unitario son los siguientes:

- Servicio de Restaurante (el cual se tomara como un costo promedio para la mezcla posible de platillos).
- Servicio de Paseo en lancha corto.
- Servicio de Paseo en lancha largo.
- Servicio de Alojamiento.
- Servicio de Senderismo.
- Servicio Acuaticos (se tomara el costo de este como valor promedio para la prestación de servicios ya sea en donuts, kayak o banana).
- Servicio de Spa
- Servicio de Bar (el cual se tomara como un costo promedio de las opciones que ofrece el menú del bar).
- Servicio de Estacion de Raspado (el cual se tomara como un costo promedio de las opciones que ofrece el menú).
- Servicio de Estacion de Bocadillos y Bebidas (el cual se tomara como un costo promedio de las opciones que ofrece el menu).

SERVICIO	COSTO UNITARIO
Restaurante	\$3.34
Paseo en lancha corto	\$1.43
Paseos en lancha largo	\$1.43
Alojamiento	\$3.08
Senderismo	\$2.08
Servicios acuaticos	\$1.77
Spa	\$7.87
Bar	\$3.78
Estacion de raspado	\$4.09
Estacion de bocadillos y bebidas	\$5.56

Tabla 447 Costos Unitarios por Servicio Ofrecido

A continuación se presenta los diferentes costos que se aplicaron a los diferentes servicios para obtener su costo unitario por servicio, se debe tener en cuenta que se utilizo la demanda anual por servicio:

COSTO ADMINISTRATIVO DE COMERCIALIZACION Y FINANCIERO UNITARIO POR SERVICIO

COSTO POR SERVICIO	RESTAURANTE	PASEO EN LANCHAS CORTO	PASEO EN LANCHAS LARGO	ALOJAMIENTO	SENDERISMO	SERVICIOS ACUATICOS	SPA	BAR	ESTACION DE RASPADOS	ESTACION DE BOCADILLOS Y BEBIDAS
Jefe de servicios turísticos	\$1.042,00	\$188,52	\$33,09	\$69,48	\$330,76	\$330,76	\$33,09	\$198,46	\$86,92	\$86,92
Contador	\$1.800,47	\$325,74	\$57,18	\$120,05	\$571,53	\$571,53	\$57,18	\$342,92	\$150,19	\$150,19
Encargado de compras	\$1.042,00	\$188,52	\$33,09	\$69,48	\$330,76	\$330,76	\$33,09	\$198,46	\$86,92	\$86,92
Consumo de Agua	\$11,67	\$2,11	\$0,37	\$0,78	\$3,70	\$3,70	\$0,37	\$2,22	\$0,97	\$0,97
Consumo de Energía Eléctrica de oficinas	\$18,24	\$3,30	\$0,58	\$1,22	\$5,79	\$5,79	\$0,58	\$3,47	\$1,52	\$1,52
Papelería y Utilería	\$24,78	\$4,48	\$0,79	\$1,65	\$7,87	\$7,87	\$0,79	\$4,72	\$2,07	\$2,07
Costo administrativo anual por servicio	\$3.939,16	\$712,66	\$125,10	\$262,65	\$1.250,41	\$1.250,41	\$125,10	\$750,25	\$328,59	\$328,59
Costo unitario administrativo	\$0,28	\$0,28	\$0,28	\$0,28	\$0,28	\$0,28	\$0,28	\$0,28	\$0,28	\$0,28
Jefe de Comercialización	\$150,04	\$27,14	\$4,76	\$10,00	\$47,63	\$47,63	\$4,76	\$28,58	\$12,52	\$12,52
Consumo de	\$0,97	\$0,18	\$0,03	\$0,06	\$0,31	\$0,31	\$0,03	\$0,19	\$0,08	\$0,08

Agua										
Depreciación de mobiliario y equipo de oficina	\$85,29	\$15,43	\$2,71	\$5,69	\$27,07	\$27,07	\$2,71	\$16,24	\$7,11	\$7,11
Costo de comercialización anual por servicio	\$236,30	\$42,75	\$7,50	\$15,76	\$75,01	\$75,01	\$7,50	\$45,01	\$19,71	\$19,71
Costo unitario de comercialización	\$0,017	\$0,017	\$0,017	\$0,017	\$0,017	\$0,017	\$0,017	\$0,017	\$0,017	\$0,017
Intereses	\$3.130,41	\$566,34	\$99,41	\$208,72	\$993,69	\$993,69	\$99,41	\$596,21	\$261,13	\$261,13
Costo financiero anual por servicio	\$3.130,41	\$566,34	\$99,41	\$208,72	\$993,69	\$993,69	\$99,41	\$596,21	\$261,13	\$261,13
Costo financiero unitario	\$0,22	\$0,22	\$0,22	\$0,22	\$0,22	\$0,22	\$0,22	\$0,22	\$0,22	\$0,22

Tabla 448 Costos Unitarios de Comercialización, Administrativos y Financieros

COSTO VARIABLE UNITARIO POR SERVICIO

COSTO POR SERVICIO	RESTAURANTE	PASEO EN LANCHA CORTO	PASEO EN LANCHA LARGO	ALOJAMIENTO	SENDERISMO	SERVICIOS ACUATICOS	SPA	BAR	ESTACION DE RASPADOS	ESTACION DE BOCADILLOS Y BEBIDAS
Insumo de Restaurante	\$19.227,72	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Insumos Estacion de Bocadillos y Bebidas	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$2.935,80
Insumos Estacion de Raspados	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$1.003,20	\$0,00
Insumos Bar	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$4.039,20	\$0,00	\$0,00
Insumos Spa	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$1.479,36	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Consumo de agua para restaurante	\$816,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Consumo de agua para bar	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$17,00	\$0,00	\$0,00
Consumo de agua	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$17,00	\$0,00

para estacion de raspados										
Consumo de agua para estacion de bocadillos y bebidas	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$408,00
Meseros	\$161,28	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$30,72	\$0,00	\$0,00
Gasolina	\$6.043,60	\$1.093,39	\$191,93	\$402,96	\$1.918,42	\$1.918,42	\$191,93	\$1.151,05	\$504,14	\$504,14
Destructibles	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$145,09	\$0,00	\$0,00	\$69,11	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Costo variable Total por servicio	\$26.248,61	\$1.093,39	\$191,93	\$548,06	\$1.918,42	\$1.918,42	\$1.740,40	\$5.237,97	\$1.524,34	\$3.847,94
Costo variable unitario por servicio	\$1,89	\$0,43	\$0,43	\$0,59	\$0,43	\$0,43	\$3,94	\$1,98	\$1,31	\$3,31

Tabla 449 Costo Unitario Variable por Servicio

COSTO OPERATIVO UNITARIO POR SERVICIO

SERVICIO	RESTAURANTE	PASEO EN LANCHAS CORTO	PASEOS EN LANCHAS LARGO	ALOJAMIENTO	SENDERISMO	SERVICIOS ACUATICOS	SPA	BAR	ESTACION DE RASPADO	ESTACION DE BOCADILLOS Y BEBIDAS
Costo por servicio										
Cocinera	\$1.920,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Mesero	\$1.200,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Bartender	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$1.920,00	\$0,00	\$0,00
Encargado de Actividades Acuáticas	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$1.440,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Masajistas	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$1.200,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Encargado de Estacion de Raspados	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$1.200,00	\$0,00
Encargado de Estacion de Bocadillos y Bebidas	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$1.200,00
Lanchero	\$674,33	\$122,00	\$21,42	\$44,96	\$214,05	\$214,05	\$21,42	\$128,43	\$56,25	\$56,25

Guia Turistico	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$2.718,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Productos de Limpieza	\$206,73	\$0,00	\$0,00	\$13,78	\$0,00	\$65,62	\$0,00	\$39,37	\$17,24	\$17,24
Terreno (amortizacion)	\$992,38	\$179,54	\$31,52	\$66,17	\$315,01	\$315,01	\$31,52	\$189,01	\$82,78	\$82,78
Obra civil	\$2.542,26	\$459,94	\$80,74	\$169,51	\$806,99	\$806,99	\$80,74	\$484,19	\$212,07	\$212,07
Mobiliario y equipo de restaurante	\$3.034,45	\$0,00	\$0,00	\$202,33	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Mobiliario y equipo de alojamiento	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$972,33	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Mobiliario y equipo de rancho hamaquero	\$230,79	\$41,75	\$7,33	\$15,39	\$73,26	\$73,26	\$7,33	\$43,96	\$19,25	\$19,25
Mobiliario y equipo de piscina	\$162,81	\$29,46	\$5,17	\$10,86	\$51,68	\$51,68	\$5,17	\$31,01	\$13,58	\$13,58
Equipo de paseo en lancha	\$659,93	\$119,39	\$20,96	\$44,00	\$209,48	\$209,48	\$20,96	\$125,69	\$55,05	\$55,05
Equipo de deportes acuáticos	\$345,70	\$62,54	\$10,98	\$23,05	\$109,74	\$109,74	\$10,98	\$65,84	\$28,84	\$28,84

Centro de interpretacion ambiental	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$108,16	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Mobiliario y equipo de estacion de bocadillo y bebidas	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$237,80
Mobiliario y equipo area de descanso	\$99,86	\$18,07	\$3,17	\$6,66	\$31,70	\$31,70	\$3,17	\$19,02	\$8,33	\$8,33
Mobiliario y equipo estacion de raspados	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$856,63	\$0,00
Mobiliario y equipo estacion de bar	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$197,31	\$0,00	\$0,00
Mobiliario y equipo para area de spa	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$97,90	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Mobiliario y equipo de sendero	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$56,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
Mobiliario y equipo para compost casero	\$28,66	\$5,18	\$0,91	\$1,91	\$9,10	\$9,10	\$0,91	\$5,46	\$2,39	\$2,39
Equipo de sanitarios	\$30,47	\$5,51	\$0,97	\$2,03	\$9,67	\$9,67	\$0,97	\$5,80	\$2,54	\$2,54
Equipo de	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$199,80	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00

camping										
Equipo para sistema electrico	\$730,72	\$132,20	\$23,21	\$48,72	\$231,95	\$231,95	\$23,21	\$139,17	\$60,95	\$60,95
Equipo de señalizacion	\$21,38	\$3,87	\$0,68	\$1,43	\$6,79	\$6,79	\$0,68	\$4,07	\$1,78	\$1,78
Costo operativo anual por servicio	\$12.880,46	\$1.179,45	\$207,04	\$1.822,92	\$4.951,58	\$3.575,04	\$1.504,94	\$3.398,34	\$2.617,69	\$1.998,86
Demanda	13918,00	2518,00	442,00	928,00	4418,00	4418,00	442,00	2650,80	1161,00	1161,00
Costo operativo unitario por servicio	\$0,93	\$0,47	\$0,47	\$1,96	\$1,12	\$0,81	\$3,40	\$1,28	\$2,25	\$1,72

Tabla 450 Costos Unitario por Prestacion de Servicios

COSTOS TOTALES UNITARIOS POR SERVICIO

COSTOS TOTALES	RESTAURANTE	PASEO EN LANCHAS CORTO	PASEOS EN LANCHAS LARGO	ALOJAMIENTO	SENDERISMO	SERVICIOS ACUATICOS	SPA	BAR	ESTACION DE RASPADO	ESTACION DE BOCADILLOS Y BEBIDAS
Costo unitario fijo										
Servicios prestados	\$12.880,46	\$1.179,45	\$207,04	\$1.822,92	\$4.951,58	\$3.575,04	\$1.504,94	\$3.398,34	\$2.617,69	\$1.998,86
Administrativos	\$3.939,16	\$712,66	\$125,10	\$262,65	\$1.250,41	\$1.250,41	\$125,10	\$750,25	\$328,59	\$328,59
Comercializacion	\$236,30	\$42,75	\$7,50	\$15,76	\$75,01	\$75,01	\$7,50	\$45,01	\$19,71	\$19,71

Financieros	\$3.130,41	\$566,34	\$99,41	\$208,72	\$993,69	\$993,69	\$99,41	\$596,21	\$261,13	\$261,13
Costo fijo total por servicio.	\$20.186,33	\$2.501,20	\$439,05	\$2.310,05	\$7.270,69	\$5.894,15	\$1.736,95	\$4.789,80	\$3.227,13	\$2.608,30
Costo variable total por servicio	\$26.248,61	\$1.093,39	\$191,93	\$548,06	\$1.918,42	\$1.918,42	\$1.740,40	\$5.237,97	\$1.524,34	\$3.847,94
Costo total de servicios	\$46.434,94	\$3.594,59	\$630,98	\$2.858,11	\$9.189,11	\$7.812,57	\$3.477,35	\$10.027,77	\$4.751,47	\$6.456,24
Demanda anual	13918,00	2518,00	442,00	928,00	4418,00	4418,00	442,00	2650,80	1161,00	1161,00
Costo fijo total unitario	\$1,45	\$0,99	\$0,99	\$2,49	\$1,65	\$1,33	\$3,93	\$1,81	\$2,78	\$2,25
Costo variable total unitario	\$1,89	\$0,43	\$0,43	\$0,59	\$0,43	\$0,43	\$3,94	\$1,98	\$1,31	\$3,31
Costo unitario total de servicios	\$3,34	\$1,43	\$1,43	\$3,08	\$2,08	\$1,77	\$7,87	\$3,78	\$4,09	\$5,56

Tabla 451 Costo Unitario Total de por cada Servicio

7. COSTOS UNITARIOS DE LOS SERVICIOS

Con los cálculos en el apartado anterior se determino que los costos unitarios por cada uno de los servicios son los siguientes:

SERVICIO	COSTO UNITARIO
Restaurante	\$3.34
Paseo en lancha corto	\$1.43
Paseos en lancha largo	\$1.43
Alojamiento	\$3.08
Senderismo	\$2.08
Servicios acuaticos	\$1.77
Spa	\$7.87
Bar	\$3.78
Estacion de raspado	\$4.09
Estacion de bocadillos y bebidas	\$5.56

Tabla 452 Costos de los Servicios Ofertados por Punta Real

8. COSTOS POR PAQUETE

Para poder obtener el costo por cada uno de los paquetes se colocara el costo de cada servicio que lo componen además se contemplan los usos del servicio por ejemplo el restaurante para el paquete 1 se usa dos ocasiones, se coloca el valor del servicio de restaurante multiplicado por los dos usos que tiene siendo el resultado \$6.67 y así se realizara para todos los demás servicios.

SERVICIO	COSTO UNITARIO	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4
Restaurante	\$3,34	\$6,67	\$6,67	\$13,35	\$16,68
Paseo en lancha corto	\$1,43	\$0	\$1,43	\$1,43	\$0
Paseos en lancha largo	\$1,43	\$0	\$0	\$0	\$1,43
Alojamiento	\$3,08	\$0	\$0	\$3,08	\$3,08
Senderismo	\$2,08	\$2,08	\$2,08	\$2,08	\$2,08
Servicios acuaticos	\$1,77	\$1,77	\$1,77	\$1,77	\$1,77
Spa	\$7,87	\$0	\$0	\$0	\$7,87
Bar	\$3,78	\$0	\$0	\$0	\$3,78
Estacion de raspado	\$4,09	\$0	\$0	\$4,09	\$4,09
Estacion de bocadillos y bebidas	\$5,56	\$0	\$0	\$5,56	\$5,56
COSTO UNITARIO POR PAQUETE		\$10,52	\$11,95	\$31,35	\$46,34

Tabla 453 Costo Unitario por Paquete

D. FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO A UTILIZAR

Si bien en el capítulo concerniente a la investigación de los diferentes mercados se abordó el tema de las posibles fuentes de financiamiento en este apartado se coloca la fuente financiera bajo la cual se realizó el análisis del endeudamiento a largo plazo, la tasa de interés y los periodos de gracia ya que el análisis anterior se realizó considerando un endeudamiento con BANDESAL ya que tiene una línea de crédito especial para el área turística, asimismo se presenta una fuente para recibir donaciones para llevar a cabo todas las inversiones necesarias para el Plan de Desarrollo Turístico.

Por ello se presenta una entidad que puede realizar donaciones a la Cooperativa si esta cumple los requisitos, es por ello que se presenta el formulario para realizar la solicitud y se ejemplifica además como la Cooperativa debe solicitar dicha donación.

1. BANCO DE DESARROLLO DE EL SALVADOR (BANDESAL)

BANDESAL es una institución pública de crédito de El Salvador que ofrece fondos de mediano y largo plazo otorgados a través de instituciones financieras.

Entre los servicios que ofrece son: Línea de primer piso, Línea de segundo piso, Garantías entre otros.

✓ Fomento de Turismo

Dentro de la categoría de línea de primer piso se encuentra lo que el Fomento de Turismo, el cual tiene como objetivo impulsar el desarrollo, la competitividad y el mejoramiento de la calidad de servicios ofrecidos en todas las ramas del turismo salvadoreño con énfasis en el turismo de montaña de sol y de playa, náutico, de surf, de pesca, médico, cultural, de negocios y de reuniones mediante créditos que busquen financiar el establecimiento, ampliación y diversificación de empresas sostenibles en dicha actividad económica.

✓ Actividades que Financia

La gestión de productos y/o servicios que busquen promover la cadena de valor del turismo en El Salvador al ofrecer excursiones, transporte, traslados u hotelería, entre otros, que puedan ser coordinados por la misma empresa o por medio de operadores turísticos, ya sean mayoristas o minoristas.

Actualmente BANDESAL, brinda un periodo de gracia de 3 años para los proyectos contemplados en el financiamiento del Fomento de Turismo, lo que significa que cualquier ente que solicite este financiamiento, estará exento de pagar sus cuotas durante los primeros 3 años solamente pagará el interés sin abonar a capital.

2. FUNDACION INTERAMERICANA (IAF)

La Fundación Interamericana (IAF), organismo autónomo del gobierno de los EE.UU., fue creada por el Congreso en 1969 para canalizar la asistencia para el desarrollo directamente a sectores pobres organizados de América Latina y el Caribe. La IAF está cumpliendo su mandato al responder con donaciones a las ideas más creativas de autoayuda recibidas de grupos de base y organizaciones no gubernamentales en respuesta a su convocatoria anual. También favorece la formación de alianzas entre organizaciones comunitarias, empresas y los gobiernos locales dirigidas a mejorar la calidad de vida de los pobres y fortalecer prácticas democráticas.

Convocatoria a Propuestas

La IAF apoya solamente proyectos en América Latina y el Caribe. No pueden recibir donaciones de la IAF:

- Las propuestas presentadas o dirigidas por entidades gubernamentales;
- Las propuestas presentadas por individuos.
- Las propuestas presentadas o dirigidas por entidades domiciliadas fuera del país en el que se llevará a cabo el proyecto.
- Las propuestas presentadas por grupos que no contribuyen recursos financieros ni en especie a las actividades propuestas.
- Las propuestas relacionadas con partidos políticos o movimientos partidistas;
- Las actividades puramente religiosas o sectarias.
- La investigación pura.
- Los proyectos de asistencia social de cualquier tipo, las instituciones benéficas ni las propuestas de proyectos de construcción y/o equipamiento exclusivamente.
- Las solicitudes de donaciones inferiores a los \$25.000 o superiores a los \$400.000 dólares.
- Los proyectos cuyos objetivos no estimulan una capacidad compartida de autoayuda.

La IAF financia propuestas que presentan las siguientes características:

- Soluciones innovadoras a problemas de desarrollo.
- Uso creativo de recursos de la comunidad.
- Una gran diversidad de voces comunitarias en la elaboración y ejecución del proyecto.
- Una participación considerable de los beneficiarios en (a) la identificación del problema objeto del proyecto, (b) la estrategia elegida para resolverlo, (c) el diseño del proyecto y (d) la administración y evaluación de las actividades.
- Alianzas con gobiernos locales, la comunidad empresarial y otras organizaciones de la sociedad civil.
- El potencial de fortalecer a todas las organizaciones participantes y sus alianzas;
- Viabilidad.

- Indicios de sostenibilidad futura.
- Contribuciones de contrapartida por parte del proponente, los beneficiarios y otras fuentes.
- El potencial de generar conocimiento.
- Resultados susceptibles de medición.
- Evidencia de una mejorada capacidad de los beneficiarios para el autogobierno.

Como solicitar donaciones

Procedimiento

- Se aceptarán solicitudes en idioma español, portugués, inglés, francés o criollo haitiano durante todo el año.
- Las solicitudes pueden enviarse por correo directamente a: Inter-American Foundation, Program Office, 901 North Stuart Street, 10th Floor, Arlington, VA, 22203, EE. UU. La IAF no aceptará solicitudes de donación enviadas por fax. Las solicitudes también pueden enviarse por correo electrónico a: proposals@iaf.gov. Las solicitudes enviadas por correo electrónico deberán incluir el nombre del país en el campo "Asunto".
- Por favor, presente la solicitud una sola vez y espere la confirmación de recepción antes de ponerse en contacto con la IAF.
- La evaluación inicial de propuestas tomará cinco meses, y dará como resultado un pequeño número de proyectos que serán analizados en más detalle mediante visitas al lugar. Se notificará a aquellos proponentes que ya no estén en consideración. La evaluación de las propuestas ganadoras puede tomar hasta 12 meses, según la complejidad del proyecto y el número de visitas que sean necesarias.
- Por favor, comuníquese con el representante de la fundación para su país si tiene alguna pregunta.

Formato de la Solicitud

La solicitud a la IAF consta de tres partes obligatorias:

Primera parte: Portada. Deberá completarse con la información solicitada.

Segunda parte: Descripción narrativa. Las respuestas a las preguntas no deberán exceder de 10 páginas, a doble espacio, con tipo de letra de fuente 12.

Tercera parte: Presupuesto. Deberá seguirse el modelo.

IMPORTANTE: Las propuestas que excedan de los parámetros precedentes serán rechazadas. La no presentación de todo el material solicitado dará lugar a la descalificación. No incluya adjuntos.

Para mas detalle del modelo de formulario en línea a llenar ver Anexo 17



FUNDACIÓN INTERAMERICANA
SOLICITUD DE DONACIÓN
PRIMERA PARTE: PORTADA

Nombre de la organización: Escriba el nombre legal de la organización.

SIGLA de la organización:

Título del proyecto:

Resumen del proyecto: (No exceder las 50 palabras)

Duración: ____ meses. La duración del apoyo solicitado deberá adecuarse a la naturaleza y complejidad de la actividad propuesta.

Monto solicitado a la IAF: US\$ _____ (en dólares estadounidenses)

Contraparte del proponente: US\$ _____ (en dólares estadounidenses)*

Otra contraparte: US\$ _____ (en dólares estadounidenses)*

*La contraparte es la contribución de la organización que está presentando el proyecto ("proponente") o de otras fuentes. La contraparte puede ser en efectivo o en especie, incluyendo, pero no limitado, a tierra, materiales e insumos, infraestructura, personal, oficina, depósito y espacio para reuniones.

Donde obtuvo información sobre la Fundación Inter-Americana (IAF)?

DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Dirección:

Calle: _____

Dirección postal (si corresponde): _____

Ciudad: _____, Provincia (Dpto. /Estado): _____ País _____
Código postal _____
<u>Teléfono:</u> _____ Códigos de país y área Número
<u>Teléfono:</u> _____ Códigos de país y área Número
<u>Celular:</u> _____ Códigos de país y área Número
<u>Fax:</u> _____ Códigos de país y área Número
<u>Correo electrónico:</u> _____ (email)

Persona(s) de contacto de la organización: Escriba el nombre de la(s) persona(s) principalmente responsable(s) de las comunicaciones con la IAF.

<p><input type="checkbox"/> Sr. <input type="checkbox"/> Sra. <input type="checkbox"/> Srta.</p> <p>_____ , _____</p> <p style="text-align: center;">_____</p> <p style="text-align: center;">(Apellido) (Nombre) (Cargo)</p> <p><input type="checkbox"/> Sr. <input type="checkbox"/> Sra. <input type="checkbox"/> Srta.</p> <p>_____ , _____</p> <p style="text-align: center;">_____</p> <p style="text-align: center;">(Apellido) (Nombre) (Cargo)</p>

<p><u>Año en que se estableció la organización:</u> _____</p> <p><u>Fecha de personería jurídica:</u> ____ / ____ / ____</p> <p style="text-align: center;">Día / mes / año</p>

<p><u>Beneficiarios directos:</u> (número de personas que participarán directamente o se beneficiarán de las actividades del proyecto.</p> <p><u>Beneficiarios indirectos:</u> (número de personas que se beneficiarán indirectamente de las actividades del proyecto.</p>
--

Antecedentes de financiación: Incluir fuentes, años y montos previamente recibidos, incluyendo donaciones de la IAF (**en dólares**).

<u>Fuente</u>	<u>Años</u>	<u>Monto</u>
----------------------	--------------------	---------------------

¿Ha recibido la organización proponente financiación de la IAF en años anteriores? ¿Si es así, cuando? **Número del convenio (si está disponible):**

Presupuesto Anual/Gastos Operativos para los últimos tres años: _____;

_____;

Antecedentes de la organización: Breve descripción de la organización solicitante, incluida su misión, estructura (operativa y administrativa), miembros y logros.

Misión (No exceder las 50 palabras)

Estructura administrativa (Se refiere al liderazgo y la forma organizativa que puede incluir un consejo directivo, una asamblea de socios, un comité fiscal y/o un director ejecutivo; también incluya cómo se toman decisiones, con qué periodicidad, etc.)

Estructura operativa (Se refiere a la división de trabajo dentro de la organización que puede incluir un equipo educativo, uno de comunicaciones, un departamento administrativo, etc.)

Membresía (Sólo para organizaciones que tienen membresía; describa a los miembros, los criterios para ingresar, cuota, etc.)

Logros organizativos (Describa el origen de la organización, historia y los logros alcanzados hasta el momento)

Experiencia relacionada al proyecto (Describa la experiencia organizativa en las áreas o sectores propuestos por el proyecto)

FUNDACIÓN INTERAMERICANA

SEGUNDA PARTE: DESCRIPCIÓN NARRATIVA

** La solicitud es el primer paso para establecer una posible relación con la IAF. Ésta es su oportunidad de comunicarnos cómo formuló sus ideas. Por favor, conteste todas las preguntas a continuación.

Contexto

1. Describa la comunidad o las comunidades cuya participación se prevé, incluyendo todas las características que usted considere importantes.
2. ¿Cómo se relacionan los miembros o integrantes de la comunidad con su proyecto?
3. ¿Ha trabajado con ellos anteriormente? ¿Cómo y por qué?
4. Identifique el (los) problema(s) objeto de su proyecto (su alcance, naturaleza, causas e impacto social o económico).
5. ¿Cómo se decidió en favor de este enfoque y quiénes participaron en el proceso?

Proyecto

6. Describa las actividades que se llevarán a cabo.
7. Explique (narrativamente) su plan de trabajo y proponga un cronograma de actividades.
8. ¿Qué socios participan en este proyecto y qué contribuciones han comprometido?
9. Describa los resultados previstos, tanto a corto como a largo plazo. ¿Cómo sabrá que han sido alcanzados? ¿Cómo serán medidos?
10. ¿Qué hace que su proyecto sea innovador o diferente?
11. Explique por qué su proyecto es factible.
12. Describa las potenciales dificultades del proyecto y la forma en que su organización piensa encararlas.
13. ¿Cómo proseguirán sus actividades cuando cese la financiación de la IAF?

FUNDACIÓN INTERAMERICANA

TERCERA PARTE: PRESUPUESTO

- ✓ El presupuesto del proyecto deberá presentarse en dólares estadounidenses:
Fecha: _____ Tasa de cambio: _____
- ✓ Diligencie por rubro el monto solicitado a la IAF además de las contrapartidas que se requerirán para el proyecto:
- ✓ “Contrapartida del proponente” se refiere a las contribuciones de la organización que está presentando el proyecto;

- ✓ “Contribuciones de los beneficiarios” se refiere a las contribuciones de las personas que se beneficiarán o que participarán en las actividades del proyecto, en el caso que sean diferentes al “Proponente”;
- ✓ “Otras contribuciones” se refiere a los recursos que serán movilizados de otras fuentes para la ejecución del proyecto;
- ✓ Contribuciones en-especie (por ejemplo, bienes, servicios, oficina, espacios para reuniones, depósito, tierras, etc.) deben atribuírseles un valor monetario;
- ✓ Utilice pie de páginas para precisar la fuente de cada contrapartida.
- ✓ Identifique por lo menos un sub-rubro (letra) para cada rubro (número) que aplique al proyecto. Encontrará una lista de ejemplos por sub-rubro en la próxima página.
- ✓ Tenga en cuenta que los salarios deben incluir todos los beneficios requeridos por la ley.

Partidas presupuestarias	Solicitado a la IAF		Contrapartida del proponente		Contribuciones de los beneficiarios		Otras Contribuciones	
	En efectivo		En efectivo	En especie	En efectivo	En especie	En efectivo	En especie
1. Gastos Administrativos								
2. Construcción								
3. Divulgación								
4. Equipo								
5. Recursos Humanos - Salarios								
6. Recursos Humanos – Servicios Contratados								
7. Recursos Humanos – Servicios Contribuido								

8. Capital de inversiones							
9. Fondo de préstamos							
10. Materiales y suministros							
11. Gastos de operación							
12. Otros							
13. Actividades preliminares							
14. Inmuebles etc.							
15. Fondo de subdonaciones							
16. Capacitación							
17. Viajes							
18. Vehículos							

TOTAL							
-------	--	--	--	--	--	--	--

Tabla 454 Formato para Partidas Presupuestarias

✓ **Ejemplos de partidas presupuestarias**

Partidas presupuestarias		Ejemplos de subpartidas
1	Gastos Administrativos	Alquiler (arrendamiento), servicios públicos, útiles y mobiliarios de oficina, seguros.
2	Construcción	Edificios, mejoras estructurales.
3	Divulgación	Publicaciones, impresión, seminarios, medios audiovisuales.
4	Equipo	Tractores y otro equipo agrícola, refrigeración y otros aparatos, maquinaria, equipo de informática o de oficina.

5	Recursos Humanos -Salarios	Pagos al personal de planta o personas directamente relacionadas con el proyecto, más beneficios legales y seguro social.
6	Recursos Humanos -Servicios Contratados	Pagos profesionales a consultores para asistencia técnica en áreas tales como producción y comercialización, o para conducir encuestas, estudios o evaluaciones.
7	Recursos Humanos -Servicios Contribuido	Tiempo o servicios donado por personal de planta o personas directamente relacionadas con el proyecto o consultores
8	Capital de inversión	Capital de trabajo, capital de operación de una empresa.
9	Fondo de préstamos	Fondos de préstamo rotatorio para producción o comercialización.
10	Materiales y suministros	Fertilizantes, semillas, suministros médicos y otros insumos.
11	Gastos de operación	Producción, comercialización, mantenimiento general o del proyecto.
12	Otros	Gastos misceláneos, desarrollo organizativo, reuniones.
13	Actividades Preliminares	Gastos legales, estudio de mercado.
14	Inmuebles	Activos tangibles y permanentes, relacionados con tierras o edificios.
15	Fondo de subdonaciones	Apoyo a pequeños proyectos de desarrollo.
16	Capacitación	Materiales didácticos, utilería, publicaciones, impresiones.
17	Viajes	Transporte, viáticos.
18	Vehículos	Compra o alquiler de automóviles, motocicletas, camiones, camionetas; seguro; combustibles y lubricantes, mantenimiento.

Tabla 455 Ejemplo de Partidas Presupuestarias

E. PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS

El presupuesto de ingresos y gastos es aquel presupuesto que permite proyectar los ingresos que la empresa va a generar en cierto periodo de tiempo. Para poder proyectar los ingresos de una empresa es necesario conocer las unidades a vender y el precio de los servicios donde las unidades a vender ya se calcularon y el precio de venta se calculara en el siguiente apartado.

En el caso del presupuesto de gastos es toda actividad productiva que se realiza al prestar un servicio, entendiéndose que dichos costos son desembolsos monetarios relacionados justamente con la prestación del servicio ya sea en forma directa o indirectamente.

1. DETERMINACION DEL PRECIO DE VENTA

La determinación del precio se hará mediante un análisis no solo de cuanto quiere obtener de beneficios la Cooperativa Punta Real, sino de cuanto estarían dispuestos también los consumidores esto en base a su rango de ingresos ya que estos son los que permitirán que el proyecto obtenga los ingresos requeridos para que este sea no solo sostenible sino también que genere utilidades.

Por ello se realizara un análisis sobre el mercado consumidor asimismo se tomara también en cuenta los precios de la competencia para determinar si los precios estarán en el promedio, por encima o por debajo, además que el precio que se determine pueda soportar cambios en el entorno es decir que una materia prima se vuelva un poco más elevado el costo o enfrente tiempo de escases y por ello se deba invertir un poco más y si no se desea trasladar estos acontecimientos al bolsillo de los consumidores entonces el precio debe ser capaz de asumir estos cambios sin afectar de forma significativa las utilidades que se obtendrán con los ingresos de la ventas de los paquetes turísticos que se ofertaran.

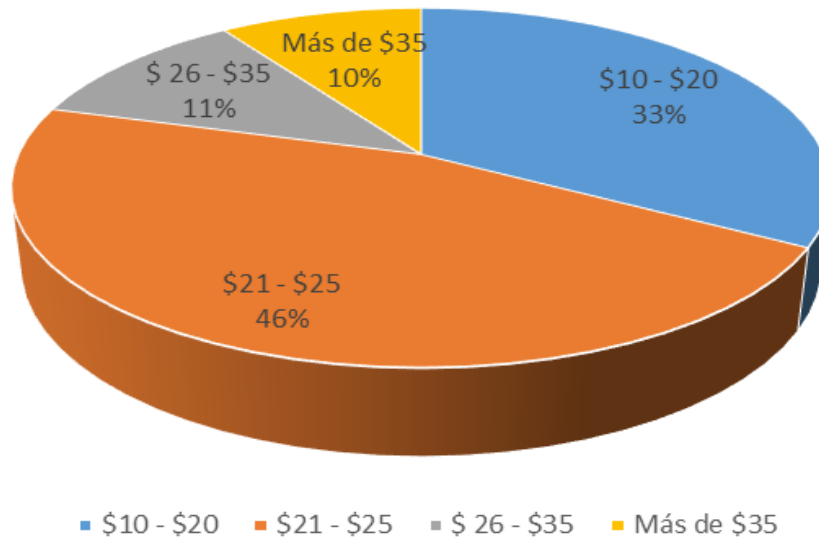
a. REFERENCIA DEL MERCADO CONSUMIDOR

El consumidor es fundamental para determinar el precio ya que será este quien sienta la disponibilidad de pagar o no por el servicio que se oferta dependiendo si el precio le parece razonable respecto a sus expectativas, en el estudio de mercado realizado se determinó el perfil que tendrán los turistas a los cuales brindara sus servicios turísticos el Centro Eco turístico Punta Real.

Para poder determinar el precio de venta se hizo uso de la pregunta realizada a los encuestados la cual es: **Seleccione de los siguientes rangos entre ¿Cuáles esta su presupuesto?**, esto con el fin de determinar el porcentaje de las personas con capacidad de poder comprar alguno de los paquetes, la cual dio un resultado de la siguiente manera:

RANGO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
\$10 - \$20	111	33%
\$21 - \$25	155	46%
\$ 26 - \$35	37	11%
Más de \$35	32	10%
TOTAL		100%

Tabla 456 Presupuesto de Gastos



Grafica 6 Presupuesto de Gastos de los Turistas

Como se puede observar las personas tienen presupuestos diversos para gastar al momento de realizar sus actividades turísticas pero la gran mayoría de personas con un 46% gastan en un rango de \$21 a \$25 dolares, asimismo se puede observar que la gran mayoría de personas están dispuestas a gastar mucho más por servicios turísticos en los rangos de \$10 a \$25 y en rangos de \$26 a \$35 dolares y superior a \$35 dolares se encuentra la menor cantidad de personas es decir que los turistas están dispuestos a gastar pero también cuentan con presupuestos no tan elevados.

Cuando se determine el precio de venta de los paquetes se hará uso también de los porcentajes que están en la grafica 1 ya que estos indicarán a que tipo de paquete podrán tener acceso las personas y asimismo esto ayudará a definir la demanda por paquetes:

- Paquete Basico
- Paquete del Dia
- Paquete Todo Incluido
- Paquete Premium

b. REFERENCIA DE LOS COMPETIDORES

Los competidores tienen paquetes que rondan en los siguientes rangos y en base a ellos más las demás consideraciones se proseguirá a calcular el valor al precio del producto involucrando además el nivel de utilidades que la Cooperativa Punta Real desea obtener.

Los demás datos de la competencia se encuentran con mayor especificación en el diagnóstico realizado al mercado competidor mercado competidor del estudio de mercado competidor:

COMPETENCIA DIRECTA	PRECIO	COMPETENCIA INDIRECTA	PRECIO
Bahía Sport	\$37.00 -\$60.00	Restaurante Stephanie	No poseen paquetes
Sol de Tasajera	\$25.00 - \$100.00	Restaurante Flotante	\$25.00 - \$50.00
El Delfin	\$25.00 - \$35.00	Puerto Barrilla	\$113.00 - \$300.00 \$25.00 paquete del día.
Solisal	\$30.00 - \$85.00	Restaurante Cayukito	No tienen Paquetes
Sol de Tasajera	\$25.00 -\$40.00	Teckla	No tienen Paquete
La casa del Garrobo	\$20.00 - \$70.00	Dale Dale Café	\$20.00 - \$60.00
La tortuga Village	\$80.00 - \$230.00	Mar & Sol	\$25.00 - \$80.00

Tabla 457 Precios de algunos Competidores

Ahora tomando en cuenta al mercado consumidor y al competidor asimismo con lo que la empresa desea tener de utilidades se determina el precio de venta usando la siguiente fórmula:

$$\text{Precio de venta} = \text{Costo Unitario} * (1 + \text{Porcentaje de utilidad deseada} \%)$$

Se debe tomar en cuenta que la empresa quiere ganarle más del 100% a sus paquetes excepto al paquete 4 que le desea ganar el 84% por ser el que menos demanda tendrá y por ser el más caro entre los 4 paquetes ofertados y esto se debe a que la empresa los primeros 3 años contará con un periodo de gracia respecto a los costos financieros y esto hace que el costo unitario sea pequeño pero esto cambiará a partir del año 4 que se comenzará a pagar el financiamiento donde incrementarán los costos y por ende la cooperativa no quiere que sus consumidores paguen cuando el aumento que se dará a partir del año 4 por el pago de costos financieros. A continuación se calculan los precios por paquete:

PAQUETE	COSTO UNITARIO POR PAQUETE	PORCENTAJE DE GANANCIA POR PAQUETE	PRECIO DE VENTA POR PAQUETE
Paquete 1	\$10,52	137%	\$25

Paquete 2	\$11,95	142%	\$29
Paquete 3	\$31,35	130%	\$72
Paquete 4	\$46,34	84%	\$85

Tabla 458 Precios de cada Paquete Turistico

Donde el análisis se centrara en los ingresos percibidos por los turistas con paquete ya que los ingresos por servicios individuales podrían ser diversas las mezclas y no se puede establecer una mezcla especifica considerando ademas que la Cooperativa trabaja vendiendo sus servicios por medio de paquetes.

2. MARGEN DE UTILIDAD

A continuación se calcula el margen de utilidad que aportara por cada venta de los diferentes paquetes que el Centro Ecoturístico Punta Real ofrecerá al público:

PAQUETE	COSTO UNITARIO POR PAQUETE	PRECIO DE VENTA POR PAQUETE	MARGEN DE UTILIDAD
Paquete 1	\$10,52	\$25	\$14,48
Paquete 2	\$11,95	\$29	\$17,05
Paquete 3	\$31,35	\$72	\$40,65
Paquete 4	\$46,34	\$85	\$38,66

Tabla 459 Margen de Utilidad por Paquete

3. PUNTO DE EQUILIBRIO

Para obtener el punto de equilibrio por paquete utilizaremos los costos fijos totales por paquete asimismo los costos variables totales por paquete se tomara la demanda de paquetes anuales y se calculara el punto de equilibrio para ambos casos, también se colocara el dato del costo unitario por paquete y el precio de venta del mismo.

Los costos fijos totales por paquete se obtienen de la suma de los costos fijos por cada servicio que compone cada paquete y lo mismo sucede para los costos variables se suman todos los costos variables individuales de cada servicio que compone cada paquete y así se obtiene los costos fijos y variable por cada paquete.

COSTOS	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4
Costos fijos totales	\$8.202,60	\$65.574,15	\$8.039,85	\$10.355,04
Costos variables totales	\$6.458,85	\$48.393,15	\$6.537,90	\$9.246,78
Demanda	1395	9545	465	423

Costo unitario fijo	\$ 5.88	\$ 6,87	\$ 17.29	\$ 24.48
Costo unitario variable	\$ 4,63	\$ 5,07	\$ 14,06	\$ 21,86
Costo unitario	\$ 10,52	\$ 11,95	\$ 31,35	\$ 46,34
Precio de venta	\$ 25,00	\$ 29,00	\$ 72,00	\$ 85,00

Tabla 460 Costos Fijos y Variables para Punto de Equilibrio

- **Punto de Equilibrio en Unidades**

Para determinar el punto de equilibrio teniendo los datos de los costos solamente se aplica la siguiente formula y se obtienen las unidades:

Formula:

Costo total fijo / (precio de ventas menos el costo unitario variable).

A continuación se presentan las cantidades de paquete que se deben vender por tipo en el año.

COSTOS	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4
Costo total fijo	\$8.202,60	\$65.574,15	\$8.039,85	\$10.355,04
Precio de venta unitario	\$ 25,00	\$ 29,00	\$ 72,00	\$ 85,00
Costo variable unitario	\$ 4,63	\$ 5,07	\$ 14,06	\$ 21,86
PUNTO DE EQUILIBRIO EN UNIDADES	403	2740	139	164

Tabla 461 Punto de Equilibrio en Unidades

Ahora el punto de equilibrio anual se divide entre 12 y tenemos el mensual así:

COSTOS	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4
Punto de Equilibrio Anual	403	2740	139	164
Punto de Equilibrio Mensual	34	228	12	14

Tabla 462 Punto de Equilibrio Mensual

PUNTO DE EQUILIBRIO GENERAL	
Punto de Equilibrio Anual	3446
Punto de equilibrio Mensual	287

Tabla 463 Punto de Equilibrio General

- **Punto de Equilibrio en Unidades Monetarias**

Para la determinación del punto de equilibrio en unidades monetarias anuales y mensuales solamente se multiplicaran las unidades del punto de equilibrio que se tienen en unidades las cuales se multiplican por el precio de venta de cada uno de los paquetes obteniendo así las unidades monetarias anuales y mensuales.

PUNTO DE EQUILIBRIO	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4
Punto de Equilibrio en Unidades Anual	403	2740	139	164
Punto de Equilibrio en Unidades Mensual	34	228	12	14
Precio de Venta	\$ 25,00	\$ 29,00	\$ 72,00	\$ 85,00
Punto de Equilibrio en Unidades Monetarias	\$10.067,01	\$79.467,21	\$9.990,84	\$13.940,11
Punto de Equilibrio en Unidades Monetarias Mensual	\$838,92	\$6.622,27	\$832,57	\$1.161,68

Tabla 464 Punto de Equilibrio Unidades Monetarias

PUNTO DE EQUILIBRIO GENERAL EN UNIDADES MONETARIAS	
Punto de Equilibrio Anual	\$113,465.17
Punto de equilibrio Mensual	\$9,455.44

Tabla 465 Punto de Equilibrio General en Unidades Monetarias

4. MARGEN DE SEGURIDAD

El margen de seguridad sirve para protegerse frente a posibles errores, además de situaciones que puedan afectar negativamente.

Para sacar el margen de seguridad solamente se aplica la siguiente formula:

$$\text{Margen de Seguridad} = \frac{\text{Ventas pronosticadas} - \text{Ventas en equilibrio}}{\text{Ventas pronosticadas}} \times 100\%$$

	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4
Ventas Pronosticas	1395	9545	465	423
Ventas en Equilibrio	403	2740	139	164
Margen de Seguridad	0,71	0,71	0,70	0,61
Margen de Seguridad %	71%	71%	70%	61%

Tabla 466 Margen de Seguridad

5. PRONOSTICO DE VENTAS TOTALES

A continuación se presenta el pronóstico de venta y en base a ello se sacara las ventas para cada uno de los paquetes recordando que los paquetes tienen la siguiente distribución:

- Paquete 1 el 33% de las ventas
- Paquete 2 el 46% de las ventas
- Paquete 3 el 11% de las ventas
- Paquete 4 el 10% de las ventas

Mes	Pronostico De Ventas Año 1	Pronostico De Ventas Año 2	Pronostico De Ventas Año 3	Pronostico De Ventas Año 4	Pronostico De Ventas Año 5
Enero	445	465	486	508	530
Febrero	323	337	353	368	385
Marzo	486	508	530	555	579
Abril	346	362	378	395	413
Mayo	374	391	409	428	447
Junio	349	365	381	398	415
Julio	326	341	356	372	389
Agosto	405	424	443	462	483
Septiembre	306	319	334	349	364
Octubre	290	302	316	330	345
Noviembre	338	353	369	385	403
Diciembre	431	449	470	491	513
TOTAL	4418	4616	4824	5040	5267

Tabla 467 Pronostico de Ventas

6. PRONOSTICO DE VENTAS POR PAQUETE

Pronostico de Ventas Paquete 1

Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	147	154	160	168	175
Febrero	107	111	116	122	127
Marzo	160	168	175	183	191
Abril	114	119	125	130	136
Mayo	123	129	135	141	147
Junio	115	120	126	131	137
Julio	108	113	118	123	128
Agosto	134	140	146	153	159
Septiembre	101	105	110	115	120
Octubre	96	100	104	109	114
Noviembre	112	117	122	127	133
Diciembre	142	148	155	162	169
TOTAL	1458	1523	1592	1663	1738

Tabla 468 Pronostico de Ventas Paquete 1

Pronostico de Ventas Paquete 2

Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	205	214	224	233	244
Febrero	149	155	162	170	177
Marzo	224	233	244	255	266
Abril	159	166	174	182	190
Mayo	172	180	188	197	205
Junio	160	168	175	183	191
Julio	150	157	164	171	179
Agosto	186	195	204	213	222
Septiembre	141	147	154	160	167
Octubre	133	139	145	152	159
Noviembre	156	163	170	177	185
Diciembre	198	207	216	226	236
Total	2032	2124	2219	2319	2423

Tabla 469 Pronostico de Ventas Paquete 2

Pronostico de Ventas Paquete 3

Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	49	51	53	56	58
Febrero	36	37	39	41	42
Marzo	53	56	58	61	64
Abril	38	40	42	43	45
Mayo	41	43	45	47	49
Junio	38	40	42	44	46
Julio	36	38	39	41	43
Agosto	45	47	49	51	53
Septiembre	34	35	37	38	40
Octubre	32	33	35	36	38
Noviembre	37	39	41	42	44
Diciembre	47	49	52	54	56
TOTAL	486	508	531	554	579

Tabla 470 Pronostico de Ventas Paquete 3

Pronostico de Ventas Paquete 4

Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	44	47	49	51	53
Febrero	32	34	35	37	39
Marzo	49	51	53	55	58
Abril	35	36	38	39	41
Mayo	37	39	41	43	45
Junio	35	36	38	40	42
Julio	33	34	36	37	39
Agosto	41	42	44	46	48
Septiembre	31	32	33	35	36
Octubre	29	30	32	33	34
Noviembre	34	35	37	39	40
Diciembre	43	45	47	49	51
TOTAL	442	462	482	504	527

Tabla 471 Pronostico de Ventas Paquete 4

7. ESTIMACION DE INGRESOS FUTUROS

Ingresos por Ventas Paquete 1

Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	\$3.668,12	\$3.838,73	\$4.009,34	\$4.187,70	\$4.373,82
Febrero	\$2.667,72	\$2.784,05	\$2.908,13	\$3.039,96	\$3.179,55
Marzo	\$4.009,34	\$4.187,70	\$4.373,82	\$4.575,45	\$4.777,08
Abril	\$2.853,84	\$2.985,68	\$3.117,51	\$3.257,10	\$3.404,45
Mayo	\$3.086,49	\$3.226,08	\$3.373,43	\$3.528,53	\$3.683,63
Junio	\$2.877,11	\$3.008,94	\$3.140,78	\$3.280,37	\$3.427,71
Julio	\$2.690,99	\$2.815,07	\$2.939,15	\$3.070,98	\$3.210,57
Agosto	\$3.342,41	\$3.497,51	\$3.652,61	\$3.815,46	\$3.986,07
Septiembre	\$2.520,38	\$2.628,95	\$2.753,03	\$2.877,11	\$3.001,19
Octubre	\$2.388,54	\$2.489,36	\$2.605,68	\$2.722,01	\$2.846,09
Noviembre	\$2.791,80	\$2.915,88	\$3.047,72	\$3.179,55	\$3.326,90
Diciembre	\$3.551,79	\$3.706,89	\$3.877,50	\$4.048,11	\$4.234,23
TOTAL	\$36.448,50	\$38.084,81	\$39.798,66	\$41.582,31	\$43.451,27

Tabla 472 Ingresos por Ventas Paquete 1

Ingresos por Ventas Paquete 2

Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	\$5.931,23	\$6.207,10	\$6.482,97	\$6.771,38	\$7.072,33
Febrero	\$4.313,62	\$4.501,72	\$4.702,35	\$4.915,52	\$5.141,24
Marzo	\$6.482,97	\$6.771,38	\$7.072,33	\$7.398,36	\$7.724,39
Abril	\$4.614,57	\$4.827,75	\$5.040,92	\$5.266,63	\$5.504,88
Mayo	\$4.990,76	\$5.216,47	\$5.454,73	\$5.705,52	\$5.956,31
Junio	\$4.652,19	\$4.865,36	\$5.078,54	\$5.304,25	\$5.542,50
Julio	\$4.351,24	\$4.551,87	\$4.752,51	\$4.965,68	\$5.191,39
Agosto	\$5.404,57	\$5.655,36	\$5.906,15	\$6.169,48	\$6.445,35
Septiembre	\$4.075,37	\$4.250,92	\$4.451,56	\$4.652,19	\$4.852,83
Octubre	\$3.862,20	\$4.025,21	\$4.213,31	\$4.401,40	\$4.602,03
Noviembre	\$4.514,26	\$4.714,89	\$4.928,06	\$5.141,24	\$5.379,49
Diciembre	\$5.743,14	\$5.993,93	\$6.269,80	\$6.545,67	\$6.846,62
TOTAL	\$58.936,12	\$61.581,98	\$64.353,23	\$67.237,34	\$70.259,38

Tabla 473 Ingresos por Ventas Paquete 2

Ingresos por Ventas Paquete 3

Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	\$3.521,39	\$3.685,18	\$3.848,96	\$4.020,19	\$4.198,87
Febrero	\$2.561,01	\$2.672,68	\$2.791,80	\$2.918,36	\$3.052,37
Marzo	\$3.848,96	\$4.020,19	\$4.198,87	\$4.392,43	\$4.586,00
Abril	\$2.739,69	\$2.866,25	\$2.992,81	\$3.126,82	\$3.268,27
Mayo	\$2.963,03	\$3.097,04	\$3.238,49	\$3.387,38	\$3.536,28
Junio	\$2.762,02	\$2.888,58	\$3.015,14	\$3.149,15	\$3.290,60
Julio	\$2.583,35	\$2.702,46	\$2.821,58	\$2.948,14	\$3.082,15
Agosto	\$3.208,71	\$3.357,60	\$3.506,50	\$3.662,84	\$3.826,63
Septiembre	\$2.419,56	\$2.523,79	\$2.642,90	\$2.762,02	\$2.881,14
Octubre	\$2.293,00	\$2.389,78	\$2.501,45	\$2.613,12	\$2.732,24
Noviembre	\$2.680,13	\$2.799,24	\$2.925,81	\$3.052,37	\$3.193,82
Diciembre	\$3.409,72	\$3.558,61	\$3.722,40	\$3.886,19	\$4.064,86
TOTAL	\$34.990,56	\$36.561,41	\$38.206,71	\$39.919,02	\$41.713,21

Tabla 474 Ingresos por Ventas Paquete 3

Ingresos por Ventas Paquete 4

Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	\$3.779,27	\$3.955,05	\$4.130,83	\$4.314,60	\$4.506,36
Febrero	\$2.748,56	\$2.868,41	\$2.996,25	\$3.132,08	\$3.275,90
Marzo	\$4.130,83	\$4.314,60	\$4.506,36	\$4.714,10	\$4.921,84
Abril	\$2.940,32	\$3.076,15	\$3.211,98	\$3.355,80	\$3.507,61
Mayo	\$3.180,02	\$3.323,84	\$3.475,65	\$3.635,45	\$3.795,25
Junio	\$2.964,29	\$3.100,12	\$3.235,95	\$3.379,77	\$3.531,58
Julio	\$2.772,53	\$2.900,37	\$3.028,21	\$3.164,04	\$3.307,86
Agosto	\$3.443,69	\$3.603,49	\$3.763,29	\$3.931,08	\$4.106,86
Septiembre	\$2.596,75	\$2.708,61	\$2.836,45	\$2.964,29	\$3.092,13
Octubre	\$2.460,92	\$2.564,79	\$2.684,64	\$2.804,49	\$2.932,33
Noviembre	\$2.876,40	\$3.004,24	\$3.140,07	\$3.275,90	\$3.427,71
Diciembre	\$3.659,42	\$3.819,22	\$3.995,00	\$4.170,78	\$4.362,54
TOTAL	\$37.553,00	\$39.238,89	\$41.004,68	\$42.842,38	\$44.767,97

Tabla 475 Ingresos por Ventas Paquete 4

INGRESOS POR VENTAS DE TODOS LOS PAQUETES

Mes	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	\$16.900,01	\$17.686,05	\$18.472,10	\$19.293,88	\$20.151,38
Febrero	\$12.290,91	\$12.826,85	\$13.398,53	\$14.005,92	\$14.649,05
Marzo	\$18.472,10	\$19.293,88	\$20.151,38	\$21.080,35	\$22.009,31
Abril	\$13.148,42	\$13.755,82	\$14.363,22	\$15.006,35	\$15.685,21
Mayo	\$14.220,30	\$14.863,43	\$15.542,29	\$16.256,88	\$16.971,47
Junio	\$13.255,61	\$13.863,01	\$14.470,41	\$15.113,54	\$15.792,39
Julio	\$12.398,10	\$12.969,77	\$13.541,44	\$14.148,84	\$14.791,97
Agosto	\$15.399,37	\$16.113,96	\$16.828,55	\$17.578,86	\$18.364,91
Septiembre	\$11.612,06	\$12.112,27	\$12.683,94	\$13.255,61	\$13.827,28
Octubre	\$11.004,66	\$11.469,14	\$12.005,08	\$12.541,02	\$13.112,69
Noviembre	\$12.862,58	\$13.434,25	\$14.041,65	\$14.649,05	\$15.327,91
Diciembre	\$16.364,07	\$17.078,65	\$17.864,70	\$18.650,75	\$19.508,25
TOTAL	\$167.928,18	\$175.467,08	\$183.363,28	\$191.581,04	\$200.191,83

Tabla 476 Ingresos totales

8. ESTIMACION DE EGRESOS FUTUROS

Egresos por Paquete Basico

MES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	\$1.543,54	\$1.615,34	\$1.687,13	\$1.762,18	\$1.840,50
Febrero	\$1.122,58	\$1.171,53	\$1.223,74	\$1.279,22	\$1.337,95
Marzo	\$1.687,13	\$1.762,18	\$1.840,50	\$1.925,35	\$2.010,20
Abril	\$1.200,90	\$1.256,37	\$1.311,85	\$1.370,59	\$1.432,59
Mayo	\$1.298,79	\$1.357,53	\$1.419,54	\$1.484,80	\$1.550,07
Junio	\$1.210,69	\$1.266,16	\$1.321,64	\$1.380,38	\$1.442,38
Julio	\$1.132,37	\$1.184,58	\$1.236,79	\$1.292,27	\$1.351,01
Agosto	\$1.406,48	\$1.471,75	\$1.537,02	\$1.605,55	\$1.677,34
Septiembre	\$1.060,57	\$1.106,26	\$1.158,47	\$1.210,69	\$1.262,90
Octubre	\$1.005,10	\$1.047,52	\$1.096,47	\$1.145,42	\$1.197,63
Noviembre	\$1.174,79	\$1.227,00	\$1.282,48	\$1.337,95	\$1.399,96
Diciembre	\$1.494,59	\$1.559,86	\$1.631,65	\$1.703,44	\$1.781,76
TOTAL	\$15.337,53	\$16.026,09	\$16.747,28	\$17.497,84	\$18.284,29

Tabla 477 Egresos Anuales Paquete 1

Egresos por Paquete Pase del Dia

MES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	\$2.444,08	\$2.557,75	\$2.671,43	\$2.790,28	\$2.914,29
Febrero	\$1.777,51	\$1.855,02	\$1.937,69	\$2.025,53	\$2.118,54
Marzo	\$2.671,43	\$2.790,28	\$2.914,29	\$3.048,64	\$3.182,98
Abril	\$1.901,52	\$1.989,36	\$2.077,21	\$2.170,22	\$2.268,39
Mayo	\$2.056,54	\$2.149,55	\$2.247,72	\$2.351,07	\$2.454,41
Junio	\$1.917,02	\$2.004,87	\$2.092,71	\$2.185,72	\$2.283,89
Julio	\$1.793,01	\$1.875,69	\$1.958,36	\$2.046,20	\$2.139,21
Agosto	\$2.227,05	\$2.330,40	\$2.433,74	\$2.542,25	\$2.655,93
Septiembre	\$1.679,33	\$1.751,67	\$1.834,35	\$1.917,02	\$1.999,70
Octubre	\$1.591,49	\$1.658,66	\$1.736,17	\$1.813,68	\$1.896,36
Noviembre	\$1.860,18	\$1.942,86	\$2.030,70	\$2.118,54	\$2.216,72
Diciembre	\$2.366,57	\$2.469,91	\$2.583,59	\$2.697,27	\$2.821,28
TOTAL	\$24.285,75	\$25.376,02	\$26.517,97	\$27.706,42	\$28.951,71

Tabla 478 Egresos Anuales Paquete 2

Egresos por Paquete Todo Incluido

MES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	\$1.533,27	\$1.604,59	\$1.675,90	\$1.750,46	\$1.828,26
Febrero	\$1.115,11	\$1.163,73	\$1.215,60	\$1.270,70	\$1.329,05
Marzo	\$1.675,90	\$1.750,46	\$1.828,26	\$1.912,54	\$1.996,82
Abril	\$1.192,91	\$1.248,01	\$1.303,12	\$1.361,47	\$1.423,06
Mayo	\$1.290,15	\$1.348,50	\$1.410,09	\$1.474,92	\$1.539,76
Junio	\$1.202,63	\$1.257,74	\$1.312,84	\$1.371,19	\$1.432,78
Julio	\$1.124,83	\$1.176,70	\$1.228,56	\$1.283,67	\$1.342,02
Agosto	\$1.397,13	\$1.461,96	\$1.526,79	\$1.594,86	\$1.666,18
Septiembre	\$1.053,52	\$1.098,90	\$1.150,76	\$1.202,63	\$1.254,50
Octubre	\$998,41	\$1.040,55	\$1.089,17	\$1.137,80	\$1.189,66
Noviembre	\$1.166,97	\$1.218,84	\$1.273,94	\$1.329,05	\$1.390,64
Diciembre	\$1.484,65	\$1.549,48	\$1.620,80	\$1.692,11	\$1.769,91
TOTAL	\$15.235,47	\$15.919,45	\$16.635,84	\$17.381,41	\$18.162,63

Tabla 479 Egresos Anuales Paquete 3

Egresos por Paquete Premium

MES	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Enero	\$2.060,37	\$2.156,20	\$2.252,03	\$2.352,22	\$2.456,76
Febrero	\$1.498,45	\$1.563,79	\$1.633,49	\$1.707,54	\$1.785,94
Marzo	\$2.252,03	\$2.352,22	\$2.456,76	\$2.570,02	\$2.683,27
Abril	\$1.602,99	\$1.677,04	\$1.751,10	\$1.829,50	\$1.912,27
Mayo	\$1.733,67	\$1.812,08	\$1.894,84	\$1.981,96	\$2.069,08
Junio	\$1.616,06	\$1.690,11	\$1.764,16	\$1.842,57	\$1.925,33
Julio	\$1.511,52	\$1.581,21	\$1.650,91	\$1.724,96	\$1.803,37
Agosto	\$1.877,42	\$1.964,54	\$2.051,66	\$2.143,13	\$2.238,96
Septiembre	\$1.415,69	\$1.476,67	\$1.546,37	\$1.616,06	\$1.685,76
Octubre	\$1.341,64	\$1.398,26	\$1.463,60	\$1.528,94	\$1.598,64
Noviembre	\$1.568,15	\$1.637,84	\$1.711,89	\$1.785,94	\$1.868,71
Diciembre	\$1.995,03	\$2.082,15	\$2.177,98	\$2.273,81	\$2.378,35
TOTAL	\$20.473,01	\$21.392,12	\$22.354,79	\$23.356,66	\$24.406,44

Tabla 480 Egresos por Paquete 4

Egresos Totales por todos los Paquetes

EGRESOS TOTALES					
MES	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Enero	\$7.260,70	\$7.581,26	\$7.933,88	\$8.286,49	\$8.655,14
Febrero	\$5.273,22	\$5.513,64	\$5.754,06	\$6.010,51	\$6.282,99
Marzo	\$7.933,88	\$8.286,49	\$8.655,14	\$9.039,81	\$9.456,54
Abril	\$5.657,90	\$5.898,32	\$6.170,79	\$6.443,27	\$6.731,77
Mayo	\$6.106,68	\$6.379,16	\$6.667,66	\$6.972,19	\$7.292,76
Junio	\$5.689,95	\$5.946,40	\$6.218,88	\$6.491,35	\$6.779,86
Julio	\$5.321,31	\$5.561,73	\$5.818,18	\$6.074,62	\$6.347,10
Agosto	\$6.619,58	\$6.908,08	\$7.228,64	\$7.549,20	\$7.885,79
Septiembre	\$4.984,72	\$5.209,11	\$5.433,50	\$5.689,95	\$5.946,40
Octubre	\$4.712,24	\$4.936,63	\$5.145,00	\$5.385,42	\$5.625,84
Noviembre	\$5.513,64	\$5.770,09	\$6.026,54	\$6.299,02	\$6.571,49
Diciembre	\$7.020,28	\$7.340,84	\$7.661,40	\$8.014,02	\$8.366,63
TOTAL	\$72.094,10	\$75.331,76	\$78.713,67	\$82.255,87	\$85.942,32

Tabla 481 Egresos Totales Anuales

F. ESTADOS FINANCIEROS PROFORMA

Los estados financieros pro forma (estados financieros futuros) pueden ser proyectados para el número de años deseados, sin embargo el riesgo del error al proyectar se aumenta conforme aumenta el tiempo de proyección. Para propósitos de los proyectos, se recomienda proyectar al menos un año.

Los informes que integran los estados financieros pro forma son:

- Estado de Resultados Pro forma.
- Balances pro forma.

Para la determinación de los estados financieros se sigue la lógica de la relación de los estados financieros que se muestra a continuación

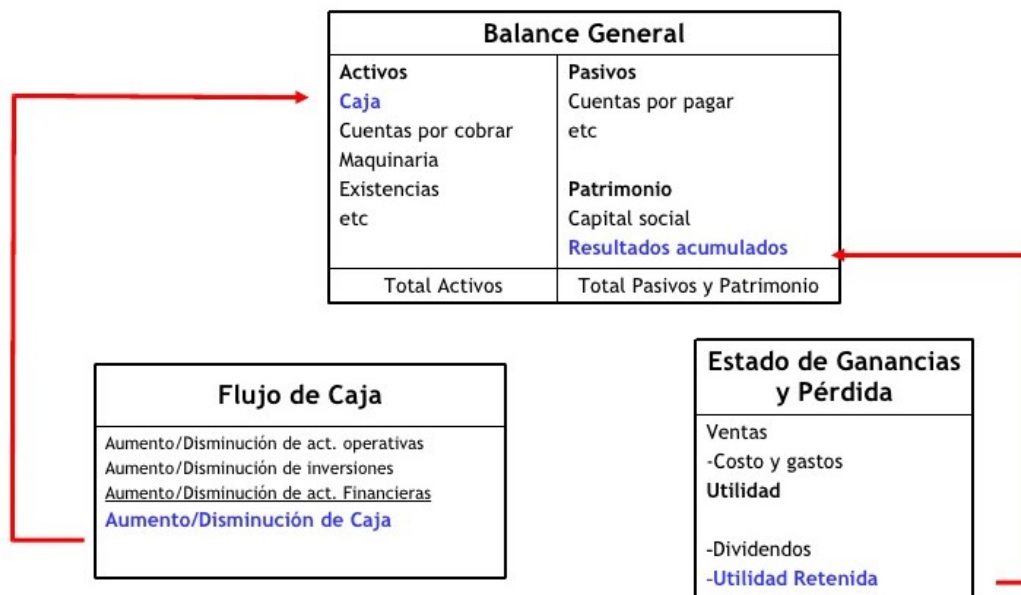


Ilustración 271 Relación de los Estados Financieros

1. ESTADO DE RESULTADOS PROFORMA

El estado de resultados o llamado también de pérdidas y ganancias tiene como objetivo calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto, que son, de manera global, el beneficio de la operación, este se calculan restando de los ingresos los costos en que se incurren, los impuestos que sobre éste deben de pagarse.

El ingreso por ventas se obtiene de multiplicar el precio de venta de cada servicio en el caso del Centro Ecoturístico Punta Real por el número de servicios que se venderán.

A continuación se presentan los estados de resultados con flujo neto de efectivo.

a. PAQUETE BASICO ESTADO DE RESULTADO

A continuación se presentan los estados de resultado para cada paquete los cuales se muestran para 5 años.

PAQUETE 1	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Estado de Resultado					
Detalle					
Ingresos por ventas	\$36,448.50	\$38,084.81	\$39,798.66	\$41,582.31	\$43,451.27
(-) Costos de operación	\$13,789.68	\$14,544.20	\$14,862.32	\$15,193.39	\$15,540.29
(=) Utilidad bruta	\$22,658.82	\$23,540.60	\$24,936.34	\$26,388.92	\$27,910.97
(-) Costos de administración	\$1,866.96	\$1,866.96	\$1,866.96	\$1,866.96	\$1,866.96
(-) Costos de comercialización	\$111.99	\$111.99	\$111.99	\$111.99	\$111.99
(-) Costos Financieros	\$1,483.65	\$1,483.65	\$1,483.65	\$1,483.65	\$1,483.65
(=) Utilidad antes de impuesto	\$19,196.21	\$20,078.00	\$21,473.73	\$22,926.31	\$24,448.36
(-) Impuestos	\$4,799.05	\$5,019.50	\$5,368.43	\$5,731.58	\$6,112.09
(=) Utilidad neta	\$100,354.86	\$104,729.71	\$109,902.08	\$115,285.11	\$120,925.58

Tabla 482 Estado de Resultado Paquete 1

b. PAQUETE PASE DEL DIA ESTADO DE RESULTADO

PAQUETE 2	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Estado de Resultado					
Detalle					
Ingresos por ventas	\$58,936.12	\$61,581.98	\$39,798.66	\$67,237.34	\$70,259.38
(-) Costos de operación	\$21,596.17	\$21,861.19	\$14,862.32	\$22,766.12	\$23,249.68
(=) Utilidad bruta	\$37,339.95	\$39,720.78	\$24,936.34	\$44,471.22	\$47,009.70
(-) Costos de administración	\$2,998.90	\$2,998.90	\$1,866.96	\$2,998.90	\$2,998.90
(-) Costos de comercialización	\$179.90	\$179.90	\$111.99	\$179.90	\$179.90
(-) Costos Financieros	\$2,383.20	\$2,383.20	\$1,483.65	\$2,383.20	\$2,383.20
(=) Utilidad antes de impuesto	\$31,777.95	\$34,158.78	\$21,473.73	\$38,909.22	\$41,447.70
(-) Impuestos	\$7,944.49	\$8,539.70	\$5,368.43	\$9,727.30	\$10,361.92
(=) Utilidad neta	\$163,156.68	\$171,424.43	\$109,902.08	\$188,673.20	\$197,890.38

Tabla 483 Estado de Resultado paquete 2

c. PAQUETE TODO INCLUIDO ESTADO DE RESULTADO

PAQUETE 3	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Estado de Resultado					
Detalle					
Ingresos por ventas	\$34,990.56	\$61,581.98	\$38,206.71	\$39,919.02	\$41,713.21
(-) Costos de operación	\$13,644.95	\$21,861.19	\$9,711.64	\$9,822.00	\$9,937.63
(=) Utilidad bruta	\$21,345.61	\$39,720.78	\$28,495.07	\$30,097.02	\$31,775.58
(-) Costos de administración	\$1,810.54	\$2,998.90	\$1,810.54	\$1,810.54	\$1,810.54
(-) Costos de comercialización	\$108.61	\$179.90	\$108.61	\$108.61	\$108.61
(-) Costos Financieros	\$1,438.82	\$2,383.20	\$1,438.82	\$1,438.82	\$1,438.82
(=) Utilidad antes de impuesto	\$17,987.64	\$34,158.78	\$25,137.10	\$26,739.04	\$28,417.61
(-) Impuestos	\$4,496.91	\$8,539.70	\$6,284.27	\$6,684.76	\$7,104.40
(=) Utilidad neta	\$95,823.64	\$171,424.43	\$111,192.76	\$116,619.81	\$122,306.40

Tabla 484 Estado de Resultado Paquete 3

d. PAQUETE PREMIUM ESTADO DE RESULTADO

PAQUETE 4	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
Estado de Resultado					
Detalle					
Ingresos por ventas	\$37,553.00	\$39,238.89	\$41,004.68	\$42,842.38	\$44,767.97
(-) Costos de operación	\$18,674.25	\$11,737.54	\$11,833.94	\$11,934.26	\$12,039.39
(=) Utilidad bruta	\$18,878.75	\$27,501.35	\$29,170.74	\$30,908.12	\$32,728.58
(-) Costos de administración	\$2,396.51	\$2,396.51	\$2,396.51	\$2,396.51	\$2,396.51
(-) Costos de comercialización	\$143.76	\$143.76	\$143.76	\$143.76	\$143.76
(-) Costos Financieros	\$1,904.48	\$1,904.48	\$1,904.48	\$1,904.48	\$1,904.48
(=) Utilidad antes de impuesto	\$14,434.00	\$23,056.60	\$24,725.99	\$26,463.37	\$28,283.83
(-) Impuestos	\$3,608.50	\$5,764.15	\$6,181.50	\$6,615.84	\$7,070.96
(=) Utilidad neta	\$97,593.25	\$111,743.28	\$117,361.60	\$123,208.72	\$129,335.48

Tabla 485 Estado de Resultado Paquete 4

2. ESTADO DE RESULTADO GENERAL MENSUAL (Año 1)

Año 1	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Estado de Resultado						
Detalle						
Ingresos por ventas	\$16,900.01	\$12,290.91	\$18,472.10	\$13,148.42	\$14,220.30	\$13,255.61
(-) Costos de operación	\$6,222.99	\$5,301.64	\$6,537.25	\$5,473.05	\$5,687.32	\$5,494.48
(=) Utilidad bruta	\$10,677.01	\$6,989.27	\$11,934.85	\$7,675.37	\$8,532.98	\$7,761.13
(-) Costos de administración	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08
(-) Costos de comercialización	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36
(-) Costos Financieros	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85
(=) Utilidad antes de impuesto	\$9,274.74	\$5,587.00	\$10,532.57	\$6,273.09	\$7,130.70	\$6,358.85
(-) Impuestos	\$2,318.68	\$1,396.75	\$2,633.14	\$1,568.27	\$1,782.68	\$1,589.71
(=) Utilidad neta	\$6,956.05	\$4,190.25	\$7,899.43	\$4,704.82	\$5,348.03	\$4,769.14

Tabla 486 Estado de Resultado General Mensual Año 1

Año 1	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Estado de Resultado						
Detalle						
Ingresos por ventas	\$12,398.10	\$15,399.37	\$11,612.06	\$11,004.66	\$12,862.58	\$16,364.07
(-) Costos de operación	\$5,323.07	\$5,923.02	\$5,165.94	\$5,044.52	\$5,415.92	\$6,115.86
(=) Utilidad bruta	\$7,075.04	\$9,476.35	\$6,446.12	\$5,960.14	\$7,446.67	\$10,248.21
(-) Costos de administración	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08
(-) Costos de comercialización	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36
(-) Costos Financieros	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85
(=) Utilidad antes de impuesto	\$5,672.76	\$8,074.08	\$5,043.84	\$4,557.86	\$6,044.39	\$8,845.93
(-) Impuestos	\$1,418.19	\$2,018.52	\$1,260.96	\$1,139.47	\$1,511.10	\$2,211.48
(=) Utilidad neta	\$4,254.57	\$6,055.56	\$3,782.88	\$3,418.40	\$4,533.29	\$6,634.45

Tabla 487 Estado de Resultado General Mensual Año 1 Continuacion

3. ESTADO DE RESULTADO GENERAL POR LOS 5 AÑOS

Estado de Resultado	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Detalle					
Ingresos por ventas	\$167,928.18	\$175,467.08	\$183,363.28	\$191,581.04	\$200,191.83
(-) Costos de operación	\$67,705.05	\$57,748.54	\$58,712.53	\$59,715.77	\$60,767.00
(=) Utilidad bruta	\$100,223.13	\$117,718.54	\$124,650.75	\$131,865.27	\$139,424.83
(-) Costos de administración	\$9,072.91	\$9,072.91	\$9,072.91	\$9,072.91	\$9,072.91
(-) Costos de comercialización	\$544.26	\$544.26	\$544.26	\$544.26	\$544.26
(-) Costos Financieros	\$7,210.16	\$7,210.16	\$7,210.16	\$7,210.16	\$7,210.16
(=) Utilidad antes de impuesto	\$83,395.80	\$100,891.21	\$107,823.42	\$115,037.94	\$122,597.50
(-) Impuestos	\$20,848.95	\$25,222.80	\$26,955.86	\$28,759.49	\$30,649.38
(=) Utilidad neta	\$62,546.85	\$75,668.41	\$80,867.57	\$86,278.46	\$91,948.13

Tabla 488 Estado de Resultado General para 5 años

Para ver los Estados de Resultado por cada año para todos los paquetes ver anexo 22

4. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

A continuación se presentan los estados de flujo de efectivo mensual asimismo los estados de flujo de efectivo anuales donde cabe recordar que todo el análisis realizado es para un lapso de 5 años.

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO MENSUAL

En el flujo de efectivo se presenta un saldo inicial de efectivo y este es la suma de los imprevisto que se mantendrán en Banco y la suma correspondiente a los sueldos asimismo el resto del capital de trabajo se encuentra en inventario la cual su cifra corresponder a la cantidad de insumos que se necesitan en promedio por mes.

ESTADOS DE FLUJO DE EFECTIVO PARA EL AÑO 1	DEL INICIO AL FIN DE					
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
Estado de Flujo de Efectivo						
Efectivo total inicial	\$27,949.55	\$36,340.07	\$41,964.79	\$51,298.69	\$57,437.9	\$64,220.47
(+) Ingresos por ventas	\$16,900.01	\$12,290.91	\$18,472.10	\$13,148.42	\$14,220.3	\$13,255.61
(-) Costo de Venta	\$6,222.99	\$5,301.64	\$6,537.25	\$5,473.05	\$5,687.32	\$5,494.48
(=) Utilidad Bruta	\$10,677.01	\$6,989.27	\$11,934.85	\$7,675.37	\$8,532.98	\$7,761.13
(-) Costos de Administración	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08
(-) Costos de comercialización	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36
(-) Costos Financiero	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85
(=) Utilidad Neta	\$9,274.74	\$5,587.00	\$10,532.57	\$6,273.09	\$7,130.70	\$6,358.85
(+) Depreciación y Amortización	\$1,434.47	\$1,434.47	\$1,434.47	\$1,434.47	\$1,434.47	\$1,434.47
(-) Impuestos	\$2,318.68	\$1,396.75	\$2,633.14	\$1,568.27	\$1,782.68	\$1,589.71
(-) Abonos a Capital	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
(-) % de Dividendos						
Flujo de efectivo del periodo	\$8,390.52	\$5,624.72	\$9,333.90	\$6,139.29	\$6,782.50	\$6,203.61
Efectivo total final	\$36,340.07	\$41,964.79	\$51,298.69	\$57,437.97	\$64,220.4	\$70,424.08

Tabla 489 Estado de Flujo de Efectivo Mensual

Estado de flujo de efectivo general mensual (año1), continuación

ESTADOS DE FLUJO DE EFECTIVO PARA EL AÑO 1	DEL INICIO AL FIN DE					
	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBR E	OCTUBRE	NOVIEMBR E	DICIEMBRE
Estado de Flujo de Efectivo						
Efectivo total inicial	\$70,424.08	\$76,113.11	\$83,603.14	\$88,820.49	\$93,673.36	\$99,641.12
(+) Ingresos por ventas	\$12,398.10	\$15,399.37	\$11,612.06	\$11,004.66	\$12,862.58	\$16,364.07
(-) Costo de Venta	\$5,323.07	\$5,923.02	\$5,165.94	\$5,044.52	\$5,415.92	\$6,115.86
(=) Utilidad Bruta	\$7,075.04	\$9,476.35	\$6,446.12	\$5,960.14	\$7,446.67	\$10,248.21
(-) Costos de Administración	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08
(-) Costos de comercialización	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36
(-) Costos Financiero	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85
(=)Utilidad Neta	\$5,672.76	\$8,074.08	\$5,043.84	\$4,557.86	\$6,044.39	\$8,845.93
(+) Depreciación y Amortización	\$1,434.47	\$1,434.47	\$1,434.47	\$1,434.47	\$1,434.47	\$1,434.47
(-) Impuestos	\$1,418.19	\$2,018.52	\$1,260.96	\$1,139.47	\$1,511.10	\$2,211.48
(-) Abonos a Capital	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
(-) % de Dividendos						
Flujo de efectivo del periodo	\$5,689.04	\$7,490.03	\$5,217.35	\$4,852.87	\$5,967.76	\$8,068.92
Efectivo total final	\$76,113.11	\$83,603.14	\$88,820.49	\$93,673.36	\$99,641.12	\$107,710.04

Tabla 490 Continuación del Estado de Flujo de Efectivo Mensual

5. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO ANUALES

Estado de Flujo de Efectivo	Del inicio al fin de				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Efectivo total inicial	\$27,949.55	\$107,710.04	\$202,782.87	\$303,054.86	\$407,044.50
(+) Ingresos por ventas	\$167,928.18	\$175,467.08	\$183,363.28	\$191,581.04	\$200,191.83
(-) Costo de Venta	\$67,705.05	\$57,748.54	\$58,712.53	\$59,715.77	\$60,767.00
(=) Utilidad Bruta	\$100,223.13	\$117,718.54	\$124,650.75	\$131,865.27	\$139,424.83
(-) Costos de Administración	\$9,072.91	\$9,072.91	\$9,072.91	\$9,072.91	\$9,072.91
(-) Costos de comercialización	\$544.26	\$544.26	\$544.26	\$544.26	\$544.26
(-) Costos Financiero	\$7,210.16	\$7,210.16	\$7,210.16	\$7,210.16	\$7,210.16
(=) Utilidad Neta	\$83,395.80	\$100,891.21	\$107,823.42	\$115,037.94	\$122,597.50
(+) Depreciación y Amortización	\$17,213.64	\$19,404.42	\$19,404.42	\$19,404.42	\$19,404.42
(-) Impuestos	\$20,848.95	\$25,222.80	\$26,955.86	\$28,759.49	\$30,649.38
(-) Abonos a Capital	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$1,693.24	\$1,802.15
(-) % de Dividendos					
Flujo de efectivo del periodo	\$79,760.49	\$95,072.83	\$100,271.99	\$103,989.64	\$109,550.40
Efectivo total final	\$107,710.04	\$202,782.87	\$303,054.86	\$407,044.50	\$516,594.89

Tabla 491 Estado de resultados anual

6. BALANCE GENERAL

a. BALANCE GENERAL PARA 5 AÑOS⁶⁷

BALANCE GENERAL	INICIAL (1 DE ENERO AÑO1)	AL 31 DE DICIEMBRE AÑO 1	AL 31 DE DICIEMBRE AÑO 2	AL 31 DE DICIEMBRE AÑO 3	AL 31 DE DICIEMBRE AÑO 4	AL 31 DE DICIEMBRE AÑO 5
Activos						
Activos circulantes						
Efectivo total						
Bancos	\$23,807.54	\$103,568.03	\$198,640.86	\$298,912.85	\$402,902.49	\$512,452.88
Caja	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01
Total de efectivo	\$27,949.55	\$107,710.04	\$202,782.87	\$303,054.86	\$407,044.50	\$516,594.89
Inventarios	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74
Total activo circulante	\$30,340.29	\$110,100.78	\$205,173.61	\$305,445.60	\$409,435.24	\$518,985.63
Activos no circulantes						
Mobiliario y equipo	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83
Edificios e infraestructura	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16
Terreno	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00
Inversión intangible	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92
Depreciación acumulada	\$0.00	\$17,213.64	\$36,618.06	\$56,022.48	\$75,426.90	\$94,831.32
Total activo no circulante	\$275,830.91	\$258,617.27	\$239,212.85	\$219,808.43	\$200,404.01	\$180,999.59

⁶⁷ Balance inicial mensual para el año 1 ver anexo 23

Total de activos	\$306,171.20	\$368,718.05	\$444,386.46	\$525,254.03	\$609,839.25	\$699,985.22
Pasivos						
Pasivos Circulante						
Cuentas por Pagar	\$0.00					
Otros pasivos	\$0.00					
Pasivo No circulante	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Deuda a Largo Plazo	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$113,669.26	\$111,867.11
Total Pasivo	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$113,669.26	\$111,867.11
Patrimonio						
Capital	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70
Utilidades no distribuidas	\$0.00	\$62,546.85	\$138,215.26	\$219,082.83	\$305,361.28	\$397,309.41
Total patrimonio	\$190,808.70	\$253,355.55	\$329,023.96	\$409,891.53	\$496,169.98	\$588,118.11
Pasivos + patrimonio	\$306,171.20	\$368,718.05	\$444,386.46	\$525,254.03	\$609,839.25	\$699,985.22

Tabla 492 Balance General para los proximos 5 años

G. EVALUACION ECONOMICA

- Metodología

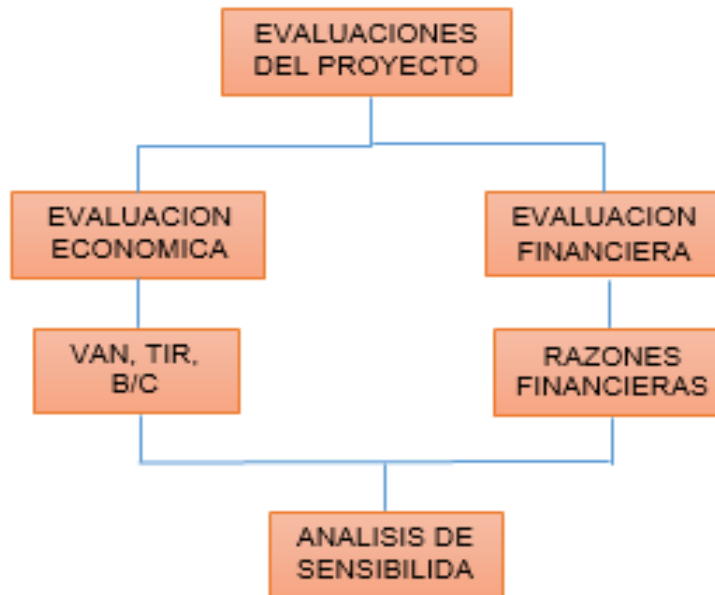


Diagrama 42 Metodología para las Evaluaciones Económica y Financiera

La evaluación económica tiene como objetivo analizar el rendimiento y Rentabilidad de toda la Inversión independientemente de la fuente de Financiamiento.

Entre los aspectos a evaluar se encuentra: La Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR), el Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Tiempo de Recuperación de la Inversión y la Relación Beneficio-Costo.

1. TASA MINIMA ATRACTIVA DE RENDIMIENTO

Para poder conformar una empresa, es necesario invertir inicialmente en los factores productivos necesarios, para el establecimiento de dicha empresa. El capital que integra esta inversión puede provenir de diversas fuentes, como lo son los inversionistas o socios de la empresa, otros inversionistas del mercado financiero y las instituciones que otorgan créditos.

Para poder invertir en este proyecto se hace necesario que se den a conocer las posibilidades de éxito o fracaso al invertir en el mismo, para lo cual se verifica a través de la aplicación de la Tasa Mínima Aceptable del proyecto (TMAR).

La TMAR para inversionistas está dada por la suma de un porcentaje de inflación considerado de acuerdo al existente en la actualidad, así como a su posible comportamiento futuro (el promedio del periodo en que se evalúa el proyecto) más otro porcentaje como premio al riesgo.

La TMAR se puede calcular mediante el uso de la siguiente fórmula:

$$\text{TMAR} = \text{TASA DE INFLACIÓN} + \text{PREMIO AL RIESGO}, \text{ o bien}$$

$$\text{TMAR} = I + R + (I * R)$$

Donde

I = Tasa de inflación

R = Premio al Riesgo

Para la evaluación del proyecto se obtuvieron los datos de inflación de la página web del Banco Central de Reserva, para determinar la tasa mínima atractiva de rendimiento se proyectó la inflación para los 5 años de operación del proyecto y se ha considerado una tasa de inflación promedio de los 5 años proyectados dando un promedio de 0.48% cuyo cálculo se presenta a continuación:

AÑO	TASA DE INFLACION
2008	5.5
2009	-0.2
2010	2.1
2011	5.1
2012	0.8
2013	0.8
2014	0.5
2015	1.02
2016	-0.82
2017	1.13

Tabla 493 Tasa de Inflacion Actualizada⁶⁸

Se hará una proyección para los próximos 5 años, haciendo uso de la técnica de promedios móviles, ya que la serie de los datos muestran una serie de picos y valles, siendo este el método más adecuado para suavizar estos altos y bajos.

Las medias móviles se tratan de un promedio aritmético que "suaviza" la curva de inflación y se convierte en una línea o curva de la tendencia, permitiendo analizar su inicio y su final. No proporciona cambios de tendencia pero si los puede confirmar. Para este caso se tomara un n=5, para que en la proyección se tomen en consideración

⁶⁸ La tasa de inflación actualizada hasta agosto de 2017. Fuente: Banco de Reserva.

los datos reales. La tabla siguiente muestra la proyección de la tasa de inflación para los siguientes 5 años:

Año	Tasa de inflación
2018	0,53%
2019	0,47%
2020	0,47%
2021	0,35%
2022	0,59%

Tabla 494 Inflacion Proyectada

Para el Premio al riesgo (R) para el inversionista se ha considerado tomando la del porcentaje de la tasa pasiva actual más conveniente que pagan los Banco o Instituciones Financieras, si se decidiera colocar el dinero para el proyecto a plazo fijo. En la tabla siguiente se muestran las tasas pasivas actuales de los Bancos en El Salvador:

BANCO AGRICOLA, S.A.	0.50%
BANCO CUSCATLAN DE EL SALVADOR, S.A.	0.30%
BANCO DAVIVIENDA SALVADOREÑO, S.A.	0.50%
BANCO HIPOTECARIO DE EL SALVADOR, S.A.	1.35%
CITIBANK, N.A. SUCURSAL EL SALVADOR, S.A.	0.30%
BANCO DE FOMENTO AGROPECUARIO	1.55%
BANGO G&T CONTINENTAL EL SAVADOR, S.A.	0.35%
BANCO PROMERICA, S.A.	1.00%
BANCO AZTECA EL SALVADOR S.A	6.50%

Tabla 495 Tasas de Interés Pasivas, actualizado del 1 al 31 de septiembre de 2017⁶⁹

De acuerdo a la tabla anterior, el banco que ofrece la tasa más alta en la actualidad (tasas vigentes del 1 al 31 de septiembre de 2017), es el Banco Azteca El Salvador S.A con una tasa de interés de 6.50%.

Por lo tanto, calculamos la TMAR para el inversionista:

$$\begin{aligned} \text{TMAR} &= I + R + (I * R) \\ \text{TMAR} &= 0.0048 + 0.0650 + (0.0048 * 0.0650) \\ \text{TMAR} &= 0.0701 \\ \text{TMAR} &= \mathbf{7.01\%} \end{aligned}$$

La tasa mínima aceptable de rendimiento es 7.01%, es decir el proyecto debe dar como retorno al menos este porcentaje o este ya no será atractivo para el inversionista y

⁶⁹ Superintendencia del Sistema Financiero

se tomará de referencia para efectos de comparación de la conveniencia o no del proyecto económicamente hablando.

Ahora se sacara la TMAR para el Banco que es este casi se tomara a BANDESAL el cual presta a una tasa de interés anual de 6.25% donde la TMAR es de:

$$\begin{aligned} \text{TMAR} &= I + R + (I * R) \\ \text{TMAR} &= 0.0048 + 0.0625 + (0.0048 * 0.0625) \\ \text{TMAR} &= 0.0675 \\ \text{TMAR} &= \mathbf{6.75\%} \end{aligned}$$

La tasa minima atractiva de retorno que el Banco espera del proyecto es de 6.75% ya que este debe decidir si va a prestar el dinero o no a la Cooperativa Punta Real.

2. VALOR ACTUAL NETO (VAN)

El valor actual neto (VAN) de un proyecto, se define como el valor obtenido en el presente por el proyecto y se elabora actualizando para cada año por separado las entradas y salidas de efectivo que acontecen durante la vida del proyecto a una tasa de interés fija determinada. Esta también incluye las inversiones las cuales deben ser tomadas del flujo neto de ingresos y egresos.

Para el cálculo del Valor Actual Neto (VAN) se utilizara la siguiente fórmula:

$$\text{VAN} = -I_0 + \sum_{i=1}^n \frac{F_i}{(1 + t)^i}$$

Donde:

I_0 = inversión inicial.

F_i = Flujo neto de efectivo, obtenido del Estado de Resultados proforma.

t = Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR)

i = años en el análisis del proyecto.

Para el cálculo de la VAN se hizo uso del rendimiento de cada año, el cual se presenta a continuación:

$$\begin{aligned} \text{VAN} &= -\$306,171.20 + \frac{\$62,546.85}{(1 + 0.06912)^1} + \frac{\$75,668.41}{(1 + 0.06912)^2} + \frac{\$80,867.57}{(1 + 0.06912)^3} + \frac{\$86,278.46}{(1 + 0.06912)^4} \\ &\quad + \frac{\$91,948.13}{(1 + 0.06912)^5} \end{aligned}$$

$$\text{VAN} = \$16,573.72$$

CRITERIOS DE DECISIÓN

- VAN > 0: El proyecto puede aceptarse porque el proyecto puede generar ganancias
- VAN < 0: El proyecto debe rechazarse porque el proyecto genera pérdidas.
- VAN = 0: No se producen ganancias ni pérdidas, es indiferente o se debe evaluar con otros métodos.

Análisis:

La VAN del proyecto es \$ 16,573.72 lo que significa que el proyecto puede aceptarse ya que de acuerdo a los criterios de decisión cuando la VAN es mayor que cero, esto significa que la inversión que se realice producirá ganancias por encima de la rentabilidad exigida.

3. TASA INTERNA DE RETORNO

La Tasa Interna de Retorno de un proyecto mide la rentabilidad promedio anual que genera el capital que permanece invertido en él. Se define como aquella tasa de descuento que iguala a cero el Valor Actual Neto. Es un valor que nos remite a un determinado tipo de interés para el cual realizar o no la inversión sería indiferente. Cuanta más alta sea la TIR más alta será la rentabilidad esperada del negocio y, al revés, cuanto más baja la TIR más riesgo corremos al realizar la inversión.

El criterio de decisión sobre la aceptación o rechazo de un proyecto a través del método de la Tasa Interna de Rendimiento es el siguiente:

VALOR	SIGNIFICADO	DECISIÓN
TIR > TMAR	La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida (r)	El proyecto puede aceptarse
TIR < TMAR	La inversión produciría pérdidas por debajo de la rentabilidad exigida (r)	El proyecto debe rechazarse
TIR = TMAR	La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas	La decisión debería basarse en otros criterios.

Tabla 496 Criterio de decisión sobre TIR

El procedimiento para determinar la TIR es igual al utilizado para el cálculo del VAN; para posteriormente aplicar el método numérico mediante aproximaciones sucesivas hasta acercarnos a un VAN = 0. Para el cálculo se aplica la siguiente fórmula del VAN:

$$VAN = -I_0 + \sum_{i=1}^n \frac{F_i}{(1 + t)_i} = 0$$

Donde:

I_0 = inversión inicial.

F_i = Flujo neto de efectivo, obtenido del Estado de Resultados proforma.

t = Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR)

i = años en el análisis del proyecto.

$$-\$306,171.20 + \frac{\$62,546.85}{(1 + 0.06912)^1} + \frac{\$75,668.41}{(1 + 0.06912)^2} + \frac{\$80,867.57}{(1 + 0.06912)^3} + \frac{\$86,278.46}{(1 + 0.06912)^4} + \frac{\$91,948.13}{(1 + 0.06912)^5} = 0$$

La Tasa Interna de Retorno obtenida de la formula anterior es 8.79%, haciendo uso de los criterios presentados anteriormente se tiene que:

$$8.79\% > 6.912\%$$

Lo que significa que se demuestra la rentabilidad del proyecto, ya que la tasa interna de retorno (TIR) es mayor que la tasa mínima aceptable que es del 6.912%, esto significa que el proyecto es aceptable y puede llevarse a acabo.

4. RELACION BENEFICIO COSTO

Contrario al VAN, cuyos resultados están expresados en término absolutos, este indicador financiero expresa la realidad en términos relativos. La interpretación de tales resultados es en centavos por cada “dólar” que se ha invertido. Para el cómputo de la Relación Beneficio Costo (B/C) también se requiere de la existencia de una tasa de descuento para su cálculo.

En la relación de beneficio/costo, se establecen por separado los valores actuales de los ingresos y los egresos, luego se divide la suma de los valores actuales de los costos e ingresos. La interpretación de tales resultados es en centavos por cada “dólar” que se ha invertido.

Teniendo en consideración, los valores presentes calculados para el establecimiento del VAN y la inversión inicial.

La interpretación es que por cada unidad monetaria invertida (dólar), se recibe el exceso de 1, si da mayor que la unidad o si se percibe la fracción del dólar, si el resultado es menor que uno.

Criterio de decisión:

Si la Relación B/C > 1 Se Acepta

Si la Relación B/C < 1 Se Rechaza

El cálculo de la Relación Beneficio – Costo, se hace de la siguiente manera:

$$B/C = VAN / INVERSIÓN INICIAL$$

$$B/C = \$322,744.92 / \$306,171.20$$

$$B/C = 1.05$$

Análisis:

El resultado obtenido del B/C es: 1.05 lo que nos indica que por cada dólar invertido se tiene un beneficio de \$1.05, lo que significa que los ingresos son mayores que los egresos, por lo tanto el proyecto es factible económicamente.

H. EVALUACION FINANCIERA

La evaluación financiera de un proyecto se realiza con la finalidad de determinar la rentabilidad de la inversión inicial de un proyecto, además genera información que nos permite comparar el proyecto en diferentes escenarios. La evaluación financiera juzga el proyecto desde la perspectiva del objetivo de generar rentabilidad financiera y juzga el flujo de fondos generado por el proyecto.

Para llevar a cabo la evaluación financiera es esencial el uso de las razones financieras que nos permitirán identificar puntos fuertes y débiles en cualquier tipo de negocio, ya sea que preste algún tipo de servicio o de manufactura de productos.

Para una óptima evaluación financiera por medio de indicadores o razones es de ubicar el proyecto en diferentes escenarios los cuales son optimista y pesimista, de esta manera recolectar información que nos permita tomar la mejor decisión.



Ilustración 272 Evaluacion Financiera

1. METODOLOGIA

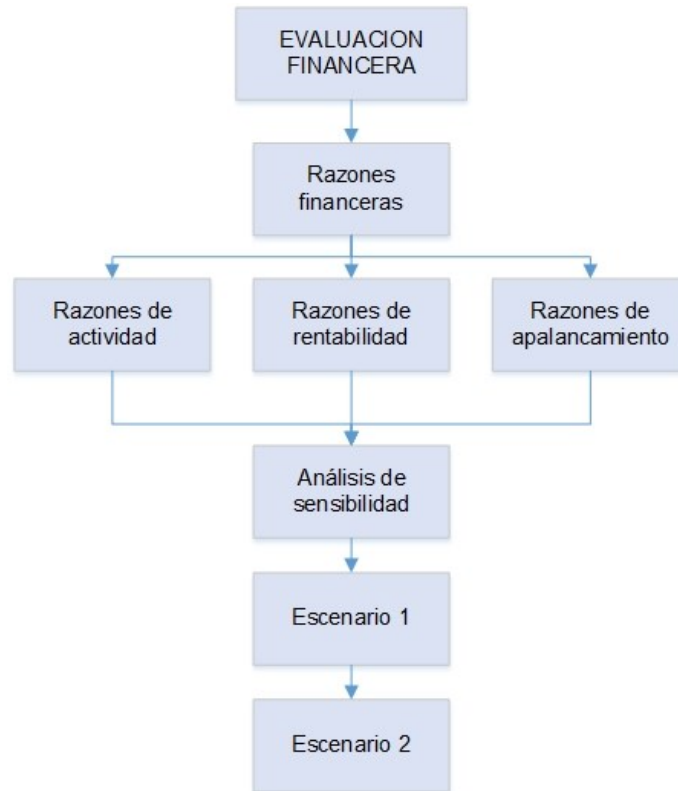


Diagrama 43 Metodología de evaluación financiera

2. TIEMPO DE RETORNO DE LA INVERSION

El tiempo de recuperación de la inversión es uno de los métodos que en el corto plazo puede tener el favoritismo de algunos financiadores a la hora de evaluar sus proyectos de inversión. Por su facilidad de cálculo y aplicación, el tiempo de recuperación de la inversión es considerado un indicador que mide tanto la liquidez del proyecto como también el riesgo relativo pues permite anticipar los eventos en el corto plazo.

Es importante anotar que este indicador es un instrumento financiero que al igual que el Valor Presente Neto y la Tasa Interna de Retorno, permite optimizar el proceso de toma de decisiones. El TRI representa el tiempo en el cual la suma de los ingresos netos cubre el monto de la inversión del proyecto. Este análisis se determina mediante la fórmula siguiente:

$$TRI = \frac{INVERSION\ INICIAL}{UTILIDAD\ PROMEDIO}$$

La utilidad promedio se determina actualizando los ingresos y egresos en el periodo de análisis y dividiéndolos entre los 5 años de análisis, como se muestra a continuación:

$$UTILIDAD = \frac{\sum Utilidad\ de\ todos\ los\ periodos}{No\ de\ periodos\ de\ analisis}$$

Se procede a calcular el TRI:

$$TRI = \frac{\$306,171.20}{\$79,461.88} = 3.85 \text{ años}$$

3. RAZONES FINANCIERAS DEL PROYECTO

a. RAZONES DE ACTIVIDAD

Evalúan la habilidad con la cual la empresa utiliza los recursos de que dispone.

Rotación de Activos Totales

$$RAT = \frac{\text{Ventas Netas}}{\text{AT Promedio}}$$

Año	1	2	3	4	5
Ventas netas	\$167,928.18	\$175,467.08	\$183,363.28	\$191,581.04	\$200,191.83
Activos totales	\$368,718.05	\$444,386.46	\$525,254.03	\$609,839.25	\$699,985.22
Rotación de activos	0.46	0.39	0.35	0.31	0.29

Tabla 497 Rotación de activos totales

Los resultados obtenidos muestran que para el año 1 solo utilizamos el 46% de los recursos que tenemos para generar ventas, mostrando una pequeña disminución en los años siguientes. Pero como estos indicadores son pequeños significa que las ventas en el Centro Eco turístico Punta Real son demasiado lentas y la inversión de activos es demasiado grande.

b. RAZONES DE RENTABILIDAD

Miden la capacidad de la empresa para generar utilidades, a partir de los recursos disponibles.

Margen de Utilidad en Operaciones

Este es uno de los indicadores de mayor relevancia, porque permite medir si la empresa está generando suficiente utilidad para cubrir sus actividades de financiamiento.

$$MUO = \frac{\text{Utilidad antes de interes e impuesto}}{\text{Ventas Netas}}$$

Año	1	2	3	4	5
Utilidades netas	\$62,546.85	\$75,668.41	\$80,867.57	\$86,278.46	\$91,948.13
Ventas netas	\$167,928.18	\$175,467.08	\$183,363.28	\$191,581.04	\$200,191.83
Margen de utilidad en operaciones	0.37	0.43	0.44	0.45	0.46

Tabla 498 Margen de utilidad en operaciones

Se puede decir que para el primer año, la transformación de las ventas en utilidades tiene una capacidad bastante baja 0.37%, pero en los años siguientes se puede observar que va en crecimiento teniendo una transformación para el año 5 del 46%. Se puede decir que la empresa en el año 1 posee una eficacia del 37% para generar utilidades de las ventas realizadas y el año 5 posee un 46% de eficacia.

Rentabilidad financiera

El ROE o rentabilidad financiera es un indicador que mide el rendimiento del capital. Concretamente, mide la rentabilidad obtenida por la empresa sobre sus fondos propios.

$$ROE = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital social}}$$

Año	1	2	3	4	5
Utilidad neta	\$62,546.85	\$75,668.41	\$80,867.57	\$86,278.46	\$91,948.13
Capital social	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70
ROE	0.33	0.40	0.42	0.45	0.48

Tabla 499 ROE

Rendimiento sobre activos

Da la idea del rendimiento que se está obteniendo sobre la inversión.

$$ROA = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activos Totales}}$$

Año	1	2	3	4	5
Utilidad neta	\$62,546.85	\$75,668.41	\$80,867.57	\$86,278.46	\$91,948.13
Activo total	\$368,718.05	\$444,386.46	\$525,254.03	\$609,839.25	\$699,985.22
ROA	0.17	0.17	0.15	0.14	0.13

Tabla 500 ROA

c. RAZONES DE APALANCAMIENTO

Razón de deuda total

Mide la porción de activos financiados por deuda. Indica la razón o porcentaje que representa el total de las deudas de la empresa con relación a los recursos de que dispone para satisfacerlos. Ayuda a determinar la capacidad que tiene la empresa para cubrir el total de sus obligaciones.

$$\text{Razon de Deuda Total} = \frac{\text{Pasivos Totales}}{\text{Activos Totales}}$$

Año	1	2	3	4	5
Pasivo total	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$113,669.26	\$111,867.11
Activo total	\$368,718.05	\$444,386.46	\$525,254.03	\$609,839.25	\$699,985.22
Razón de endeudamiento	0.31	0.26	0.22	0.19	0.16

Tabla 501 Razón de deuda total

Para el años 1 solo el 31% del activo total es financiado por el pasivo total de la empresa, el resto se realiza por intermedio del patrimonio de la empresa. Se puede decir que para el año 1, el 31% de inversión total en activos ha sido financiada por los acreedores. Se puede apreciar que esta razón en los años siguientes va en disminución.

4. ANALISIS DE SENSIBILIDAD

Para el análisis de sensibilidad se consideraran dos escenarios en los cuales se recalcularan las razones financieras y de esta manera recolectar información sobre el comportamiento del negocio.

a. ESCENARIO 1

Para este escenario se considerara que la demanda disminuya un 20%, para ello se recalcularon los estados financieros proforma:

Escenario 1	
Valor actual neto (VAN)	-\$96.015.12
Tasa interna de retorno (TIR)	-4.93%
(Razón beneficio costo(B/C)	0.69
Tiempo de recuperación de la inversión (TRI)	5.90

Tabla 502 Datos escenario 1⁷⁰

⁷⁰ Ver Estados Financieros de Escenario 1 en Anexo 24

Para el escenario 1 en el cual la demanda se disminuyo un 20% los indicadores de la tabla anterior nos indican lo siguiente:

- El valor actual neto es menor de 1 por lo tanto la inversion generara perdidas.
- La tasa interna de retorno es menor que la tasa minima atractiva de retorno, lo que nos indica que en estas condiciones la inversión generara perdidas por debajo de la rentabilidad exigida.
- La razón beneficio costo es menor que 1 lo que nos indica que los costos son mayores que los beneficios y la inversión no generara ganancias.

RAZONES FINANCIERAS

- RAZONES DE ACTIVIDAD

Rotación de Activos Totales

AÑO	1	2	3	4	5
Rotación de activos	0.39	0.36	0.33	0.31	0.28

Tabla 503 Rotación de activos totales

- RAZONES DE RENTABILIDAD

Margen de Utilidad en Operaciones

AÑO	1	2	3	4	5
Margen de utilidad en operaciones	0.28	0.35	0.36	0.38	0.39

Tabla 504 Margen de utilidad en operaciones

Rentabilidad financiera

AÑO	1	2	3	4	5
ROE	0.20	0.26	0.28	0.30	0.32

Tabla 505 ROE

Rendimiento sobre activos

AÑO	1	2	3	4	5
ROA	0.11	0.13	0.12	0.11	0.11

Tabla 506 ROA

- RAZONES DE APALANCAMIENTO

Razón de deuda total

AÑO	1	2	3	4	5
Razón de endeudamiento	0.34	0.29	0.26	0.23	0.20

Tabla 507 Razón de deuda total

Estrategias para contrarrestar el panorama de disminuir en un 20% la demanda turística:

- Durante la temporada baja se debe, priorizar con mayor intensidad la interacción entre el huésped, el ambiente y la comunidad, agregando valor a la estadía.
- Realizar un descuento del 10% en el precio de los paquetes que se movilizan con menos por grupos de 5 personas en adelante.
- Se debe invertir en marketing digital, lanzando un concurso o dinámicas periódicas, así como el lanzamiento constante de una campaña publicitaria diaria de fotografías, oferta turística, noticias respecto a Punta Real, que motiven a nuevos turistas y que mantengan informados a los turistas que ya nos han visitado.
- Crear eventos deportivos en la zona auxiliándose de la propaganda digital y física por medio de hojas volantes y de publicaciones en las redes sociales.
- Realizar campañas publicitarias en redes sociales pagadas es decir que se debe hacer uso de los anuncios publicitarios que dependerán del alcance que se desea alcanzar y que oscilan en precios de \$5.00 en adelante dichos anuncios los cuales estarán fluyendo por Facebook adicional a la labor de marketing que se realice directamente desde la página de Punta Real.
- Se debe realizar socios con páginas de mayor alcance como Cupón Club que permitan la obtención de turistas que por medios propios no se pueden estimular.
- Renovar la página web y los sitios de redes sociales constantemente ya que una imagen monótona no genera impacto en los turistas a largo plazo.

b. ESCENARIO 2

Para este escenario se considerara un aumento de costos de prestación de servicios (operación) en 50%. Se presenta a continuación los estados financieros proforma:

Calculo de indicadores para escenario 2

Escenario 2	
Valor actual neto (VAN)	-\$77,591.60
Tasa interna de retorno (TIR)	-2.36%
(Razón beneficio costo(B/C))	0.75
Tiempo de recuperación de la inversión (TRI)	5.41

Tabla 508 Datos escenario 2⁷¹

Para el escenario 2 en el cual se aumento los costos de prestación de servicios (operación) en 50%. Los indicadores de la tabla anterior nos indican lo siguiente:

- El valor actual neto es menor de 1 por lo tanto la inverion generara perdidas.
- La tasa interna de retorno es menor que la tasa minima atractiva de retorno, lo que nos indica que en estas condiciones la inversión generara perdidas por debajo de la rentabilida exigida.
- La razón beneficio costo es menor que 1 lo que nos indica que los costos son mayores que los beneficios y la inversión no generara ganancias.

RAZONES FINANCIERAS

- RAZONES DE ACTIVIDAD

Rotación de Activos Totales

AÑOS	1	2	3	4	5
Rotación de activos	0.49	0.44	0.40	0.37	0.34

Tabla 509 Rotación de activos totales

- RAZONES DE RENTABILIDAD

Margen de Utilidad en Operaciones

AÑOS	1	2	3	4	5
Margen de utilidad en operaciones	0.22	0.31	0.3	0.33	0.35

Tabla 510 Margen de utilidad en operaciones

⁷¹ Ver el Estados financieros ver anexo 25

Rentabilidad financiera

AÑOS	1	2	3	4	5
ROE	0.19	0.28	0.31	0.33	0.36

Tabla 511 ROE

Rendimiento sobre activos

AÑOS	1	2	3	4	5
ROA	0.11	0.14	0.13	0.12	0.2

Tabla 512 ROA

- RAZONES DE APALANCAMIENTO

Razón de deuda total

AÑOS	1	2	3	4	5
Razón de endeudamiento	0.34	0.29	0.25	0.22	0.19

Tabla 513 Razón de deuda total

Estrategias para contrarrestar el panorama de alcanzar el 50% de incremento en los costos operativos:

- Modificar la estructura costos por parte del personal es decir identificar de que puestos se puede prescindir durante cierto tiempo, inclusive evaluar si los pagos que se generan son los adecuados a la situación.
- Optimizar el uso de los insumos que se mueven con mayor facilidad como mariscos, carnes, bebidas y minimizar el gasto por aquellos insumos que se pueden comprar trimestral no necesariamente semana a semana o mensual.
- Realizar compras de gasolina pintada con distribuidores de la zona que mantengan los precios más bajos del mercado.
- Si los precios de la gasolina pintada se vuelven por encima un valor de \$0.50 centavos de lo habitual se debe proceder a comprar la gasolina solamente y adquirir el aceite por galón y proceder a pintar de forma propia la gasolina para ser utilizada en las lanchas.
- En temporada de verano si los precios de los insumos aumentan un 15% del precio con el que se comercializa en época de verano, se debe utilizar a los lancheros de la Cooperativa para abastecerse del pescado que se desea comercializar en Punta Real.

- La compra de insumos como mariscos y conchas no debe realizarse con un solo proveedor siempre se debe utilizar los diferentes proveedores de la zona eligiendo siempre quien ofrezca producto de calidad a precio más bajos en la zona.
- Se debe afiliarse a clubs de compras como Pricemart ya que comprar a escala o en ofertas pueden generar un impacto positivo ya que se puede obtener mayor oferta por menos cantidad de dinero.
- Se puede tercerizar a negocios o personas que estén interesadas en ofrecer los servicios que ofrece la estación de bocadillos y bebidas al igual que la estación de raspados para obtener una entrada mensual sin ser directamente los responsables de las estaciones.

I. EVALUACION DE GENERO

Cuando se habla de género, se refiere a la categorización de los individuos en hombre o mujeres, asimismo se refiere a los roles socialmente construidos, los comportamientos, actividades y atributos que una sociedad dada considera apropiados para los hombres y las mujeres.

La evaluación del impacto sobre el género es relevante en todo proyecto ya que se debe garantizar que estos poseen inclusión de hombres y mujeres en los puestos de trabajo, pero es importante destacar que dicha inclusión no debe ser discriminatoria sino en términos de igualdad la cual implica que los hombres y las mujeres deben recibir los mismos beneficios, recibir las mismas sentencias y ser tratados con el mismo respeto.

Este concepto es clave en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, en la que el objetivo final es otorgar a las personas igualdad legal, cultural y social, especialmente en las actividades democráticas y asegurar la igualdad de remuneración por el mismo trabajo.

Con el proyecto se busca emplear a las mujeres en puestos de trabajo que sean dignos y con la remuneración razonable para el cargo que desempeñen.

A continuación se presenta una tabla que contiene la cantidad de personas según el censo efectuado por la municipalidad existen en el Municipio de Jiquilisco:

Descripción	1992	2007	Variación
Población urbana	7,223	20,270	180.6%
Población rural	30,423	27,514	-9.6%
Población masculina	18,620	22,938	23.2%
Población femenina	19,026	24,846	30.6%
Población urbana masculina	3,377	9,401	178.4%
Población urbana femenina	3,846	10,869	182.6%
Población rural masculino	15,243	13,357	-11.2%
Población rural femenino	15,180	13,977	-7.9%

Tabla 514 Población aproximada del Municipio de Jiquilisco

Como se puede observar la Comunidad de la Península de San Juan del Gozo sería parte de la población correspondiente a la zona rural, donde se puede observar que en dicha zona hay un mayor número de mujeres que hombres.

Además se evidencia que al ser mayor el número de mujeres que hombres deben contratarse un número mayor de mujeres en el Centro Ecoturismo ubicándolas en puestos de trabajo que estas puedan desempeñar. Por ello el proyecto tienen la visión de emplear aproximadamente de la siguiente manera:

Cantidad de personas a emplear (Aproximadamente)	Hombres	Mujeres
14 empleados	7	7
** 4 empleados	0	4

Tabla 515 Hombres y mujeres a contratar en Centro Eco turístico Punta Real

Si se contratara 18 personas implicaría más mujeres ya que se requeriría un mayor número de ellas para desempeñar puestos de trabajo en la cocina, atención al cliente y aprovisionamiento pero esto depende de la afluencia de personas por atender en previas reservas. El emplear mayor número de mujeres permitirá que estas no solamente aporten en los ingresos de su hogar sino que se realicen a nivel personal, si bien la mayor contratación de mujeres se debe a que existen puestos de trabajo considerados que pueden ser desempeñados con mayor facilidad por mujeres, asimismo se considera que es más conveniente que la desempeñe un hombre como por ejemplo el manejo de la lancha para transportar los turistas ya que hay que cargar muchas veces equipaje que las personas traen, ayudarles a subir a la embarcación entre otros.

Pero el proyecto básicamente permitiría emplear una cantidad razonable de la comunidad dando de esta forma mayor oportunidad no solo de empleo sino de capacitación de obtener una remuneración digna para ayudar a solventar las carencias del hogar así como permitir que estas se dediquen a labores que permitan que se desarrollen en una

sociedad que les proporcione medios para su autorrealización en el ámbito laboral ya que por años se estigmatiza a la mujer con el hogar como su única ocupación en las áreas rurales y el proyecto permitiría no solo insertarlas en el mundo de la población laboralmente activa sino que permitirá que estas se sientan más felices en su vida diaria.

Para monitorear la cantidad de mujeres existentes laborando en el Centro Eco turístico Punta Real basta ver la cantidad de empleados existentes y la cantidad de mujeres, también se pueden determinar políticas de género para los diferentes puestos de trabajo a fin de garantizar en la mayor medida posible que tanto hombres como mujeres tengan las mismas oportunidades de aspirar a un puesto siempre y cuando este lo permita por su naturaleza.

1. Políticas de género

- La persona que ocupe el lugar del gerente general del Centro Eco turístico puede ser un hombre o una mujer siempre y cuando tenga la experiencia y el nivel académico necesario para su desempeño.
- La persona encargada de llevar la contabilidad del Centro Eco turístico puede ser un hombre o una mujer siempre y cuando cuente con la experiencia necesaria y el nivel académico requerido para desempeñar ese puesto.
- La persona encargada de la comercialización puede ser un hombre o una mujer siempre y cuando cumpla con los requisitos para el puesto.
- La persona encargada de las compras puede ser un hombre o una mujer pero preferentemente para este puesto se contemplaría una mujer por la facilidad de calcular insumos requeridos tanto en cocina como limpieza.
- Para las personas que estarán en atención al cliente en mesa y la cocina se requiere preferentemente mujeres ya que estas tienen mayores conocimientos y saben manejar dichas áreas con mayor destreza.
- Para el personal encargado de la pesca, transporte de turistas y diversas actividades turísticas como deportes acuáticos y senderismo se requiere que estén al frente preferiblemente hombres por la naturaleza del puesto de trabajo.
- Hombres como mujeres que desempeñen puestos de trabajo que ambos pudiesen desempeñar de forma individual o en equipo con un hombre recibirán la misma cantidad de dinero por desempeñar una misma labor.
- Los puestos de trabajo que pueden ser ocupados solo por mujeres deben recibir un pago razonable el cual en condiciones diferentes se le pagaría a un hombre por desempeñar dicha labor.

J. EVALUACION SOCIAL

Los proyectos deben tener un respaldo no solo económico sino una evaluación social ya sean estos de pequeña o gran inversión, tienen derivaciones en su entorno siendo las personas un pilar fundamental para determinar si un proyecto afectara a una determinada comunidad de forma positiva o negativa.

Si bien un proyecto por sí solo no impacta la economía del país de forma radical, pero si contribuye al mejoramiento de la economía de los individuos que se benefician de forma directa e indirecta con el mismo. En la evaluación no se puede determinar los costos y beneficios de forma exacta pero se puede abordar de forma general el impacto que el mejoramiento de los servicios turísticos del Centro Eco turístico Punta Real, tendrá sobre su entorno. Los proyectos movilizan el tránsito de turistas ya que mejoran la oferta como país, de lugares paradisíacos que no solo tienen belleza natural sino que poseen una infraestructura que mejora la experiencia de los viajeros en El Salvador. Cabe destacar que esta evaluación permite justificar si las consecuencias positivas o negativas que este tiene, son las necesarias para llevar o no a cabo la ejecución del mismo.

Tomando en consideración que si las derivaciones negativas son mayores indica que aunque el proyecto genere beneficios económicos en la contraparte, no debe ser realizado ya que este impacta mayormente de forma negativa, pero si con la evaluación se determina que las derivaciones son mayormente positivas entonces el proyecto se debe llevar a cabo con mucha más razón.

Esta evaluación ayudará entonces a identificar, analizar y medir los resultados, efectos e impactos socio-económicos directos e indirectos que tendrá el proyecto propuesto para el mejoramiento de los servicios turísticos en las áreas de influencia del mismo.

a) POTENCIAR RECURSOS QUE EXISTEN

Luego de la exploración de la zona, en la etapa de diagnóstico se conoció la cantidad de recursos hermosos que posee cada una de los lugares de la punta San Juan del Gozo y la Bahía completa áreas naturales y zonas para la realización de diferentes actividades dando a conocer a personas externas al lugar los diferentes atractivos

b) PROMOVER LAS TRADICIONES.

En su destino es importante el disfrute de la cultura, costumbres, gastronomía y tradiciones de las poblaciones locales, además de que los turistas conocerán costumbres y tradiciones locales, las personas de la zona se arraigaran a su cultura y existirá mayor respeto por esta, dicho respeto que deberá comenzar localmente para poder ser respetado y difundido por los visitantes.

Donde es importante señalar:

- ✓ Día del pescador
- ✓ Festival del curil
- ✓ Veda de Tortugas
- ✓ Competencia pesca del marlín
- ✓ Productos artesanales a base de coco

- ✓ Auge de Torneos de Futbol playa en el nuevo estadio
- ✓ Pesca artesanal

Estas y otras costumbres serán los puntos principales para generar eventos y difundir las tradiciones locales.

c) MAYOR APROVECHAMIENTO DE RECURSOS

La Bahía de Jiquilisco es una zona catalogada a nivel nacional como una reserva, asimismo internacionalmente se clasifica como una zona Ramsar, la existencia de especies en peligro de extinción como su vegetación y manglares, la hacen un lugar idóneo para promover el turismo ecológico que las personas no solo interactúen con la naturaleza sino que estas se concienticen sobre el cuidado de la misma, las instalaciones del Centro Eco turístico Punta Real, goza de una ubicación estratégica ya que se encuentra en la Punta de San Juan del Gozo la cual por su parte frontal es bañada por el mar y por su lado posterior por una laguna, teniendo así no solo belleza de aguas cristalinas sino la diversidad de poseer agua de mar y agua de laguna, igualmente cuenta con un vivero de tortuga entre las que se puede mencionar la tortuga Carey, la cual está en peligro de extinción. Además la zona permite la realización de diversas actividades como senderismo, paseos en lancha, pesca, descanso, degustación de platillos con vista al mar entre otras. Si el proyecto se ejecuta permitirá la movilización de la economía en la zona ya que contribuirá a la promoción de la Bahía de Jiquilisco de su belleza y lo que esta ofrece a los turistas en la práctica de Ecoturismo, que no solo es un concepto relativamente nuevo, sino que genera en quien lo practica una experiencia única.

Finalmente ayudaría también a mejorar la plataforma que como país se tiene sobre el turismo en las costas, acrecentando las oportunidades sobre la zona de destacar no solo a nivel nacional sino internacional beneficiando así no solo a la Cooperativa Punta Real y la comunidad San Juan del Gozo sino a los pobladores de la zona de la Bahía quienes viven también de la pesca y demás actividades similares.

La comunidad de Corral de Mulas II donde cada miembro de la cooperativa habita y en general toda la localidad, posee muchas necesidades y muchas actividades que pueden potenciarse para saldar algunas de ellas, el turismo es quizás la mejor opción para la reactivación económica que se está ofertando a la zona ya que puede aportarse ciertas opciones de mejora en aspectos que son importantes.

- **GENERACIÓN DE EMPLEOS DIRECTOS E INDIRECTOS**

El apostar por un proyecto no solo involucra la promoción del lugar, es también crear una nueva fuente de empleos, que brindara ingresos en la zona ya que se requerirá de personal que este encargado de los servicios y actividades turísticas.

Para desarrollar los servicios y actividades turísticas se requiere tanto de hombres como mujeres asimismo de jóvenes, ya que el proyecto no es excluyente de ningún género, estos requieren de algunos conocimientos básicos que muchos ya tienen por la zona donde residen, pero también se requiere de conocimientos un poco más especializados pero estos se pueden adquirir por medio de las capacitaciones que se les irán dando, por

ello las vacantes para la mayoría de los empleos que se generaran son accesibles para cualquier persona que desee aplicar.

a. Empleos directos

Los empleos directos que se contemplan para el proyecto son primeramente para los miembros de la Cooperativa Punta Real, donde las familias de estos se verán directamente beneficiadas de esos empleos.

Para el Centro Eco turístico se concibe que se demandará de los siguientes puestos como se determinó en la etapa técnica:

DESCRIPCION	CANTIDAD
Gerente General	1
Jefe de Servicios Turísticos	1
Jefe de Comercialización	1
Contador	1
Encargado de compras	1
Cocinero Encargado de restaurante	1
Mesero	1
Lanchero	2
Guía Turístico	1
Barman	1
Encargado de deportes	1
Masajista	1
Encargado de Raspados	1
Encargado de Bocadillos y bebidas	1
TOTAL	14

Tabla 516 Empleos Directos

Habra personal por temporada en meses de alta demanda en la etapa inicial de implementación del proyecto, a esperas de alcanzar un nivel de demanda suficiente para ser fijos.

El número de las meseras puede ser mayor dependiendo la cantidad de personas que se recibirán en el Centro Eco turístico con previa reservación las meseras pueden llegar a ser 4 personas adicionales a la primera que si es fija para que sean meseras y ayudantes de cocina a la vez.

b. Empleos indirectos

En base a datos brindados por el Ministerio de Turismo el cual plantea que por cada empleo directo que genera el sector de turismo se generan de 3 a 5 empleos indirectos. Donde si tomamos el aproximado de 14 personas que son requeridas en el Centro Eco turístico Punta Real, se generarían entonces de 42 a 70 empleos indirectos.

Donde los empleos indirectos podrían contemplarse desde pescadores de la zona, extractores de conchas y moluscos, transportistas (lanchas y autobuses), vendedores de insumos entre otros.

El ministerio de turismo plantea que por cada empleo directo que genera el sector de turismo se generan tres empleos indirectos.⁷²

A través del agente multiplicador de empleos que nos dice que por cada empleo directo se generaran 3 empleos indirectos tenemos que los empleos indirectos en los que se puede mencionar:

1. La comercialización de insumos para el restaurante,
2. Transporte en lancha de los turistas,
3. Comercialización de artesanías
4. Producción en hogares a través de la instalación de huertos caseros
5. Seguridad y parqueo para los vehículos de los turistas

Se tiene contemplados un total de 14 empleos directos que trabajaran en el Cetro Ecoturístico Punta Real, esto significa que se están generando 42 empleos indirectos, entre los cuales podrían estar venta de diferentes productos, la creación de nuevos atractivos, además se apuesta a que al largo plazo se puedan desarrollar iniciativas que impulsen la agroindustria de productos de la zona y diferentes actividades que generen mayores empleos y progreso en la zona.

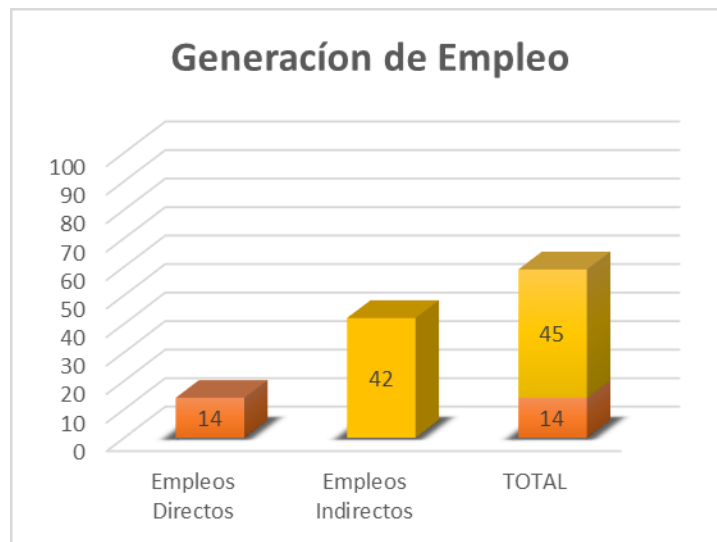


Diagrama 44 Generacion de Empleo de Evaluacion Social

La cantidad de empleos que podrán generarse de forma indirecta irán siendo cada progreso del proyecto dentro de mediano o largo plazo cuyos resultados dará mayores oportunidades a las personas de la comunidad y personas aledañas a la zona.

⁷² El Ministerio de Turismo en su Boletín Estadístico 2006

3. CONTRIBUCIÓN SOCIAL

La Cooperativa cuenta con 28 familias de 4 miembros aproximadamente de las cuales 12 viven en la Punta San Juan del Goz, las cuales se verán beneficiadas con la creación de nuevos empleos por medio del Plan de Desarrollo Turístico, ya que a través de este tanto las mujeres, los jóvenes y niños tendrán oportunidades de desarrollo ya que tendrán ingresos que les permitirá mejorar su calidad de vida, tener acceso a educación no formal pero si técnica a través de diferentes tipos de capacitaciones.

Mejorar los índices de pobreza a través de la generación de empleos permanentes que permitan estabilizar la situación económica es uno de los principales objetivos de este proyecto donde se estima actualmente los ingresos percibidos por los asociados de la cooperativa Punta Real de R.L. son nulos, pues el proyecto se encuentra todavía en la fase de desarrollo. Lo que se intenta lograr es que a través de este plan de desarrollo turístico se logren obtener los ingresos suficientes para que la aportación de los asociados tenga un verdadero crecimiento.

Con las oportunidades económicas y con nuevas actividades que se pueden iniciar en la zona se generara la oportunidad de educación, mejores accesos a la zona, ya que al ser un lugar muy visitado, es un punto clave para que la municipalidad mejore las condiciones de acceso, por sus dos puertos principales, Puerto el Triunfo y Puerto Parada así también con mayores oportunidades de superación habrá mejores niveles de conocimiento y el que las personas posean mayores conocimientos pueden crear nuevas iniciativas de desarrollo tanto en el ámbito turístico como en otras áreas como lo es la agricultura, la agroindustria, comercio etc., así como también el promover la participación y organización social de las comunidad y comunidades aledañas, elevando la calidad de vida comunitaria, y creando mayores proyecto para su progreso.

a. Educación

El proyecto contribuirá a la educación de las personas, mediante la creación de 14 empleos aproximadamente se mejorara la educación ya que se capacitara a las personas que trabajen en el Centro Eco Turístico Punta Real y tomando en consideración que la mayoría de las personas que reside en el Municipio de Jiquilisco no estudian más que la educación media pero la gran mayoría se queda con educación primaria como se puede observar en la tabla 1, y con la generación de empleo no solo se capacitara a las 14 personas que laboren en el Centro Eco turístico mejorando sus conocimientos sino que también se generara un ingreso económico que permitirá que los miembros de las 12 familias puedan estudiar un nivel más avanzado, ya que en la zona cada hogar cuenta con un aproximado de 3 niños y/o adolescentes, los cuales se beneficiarían ya que tendrían la posibilidad de obtener estudios mayores a la educación media.

Además este índice de escolaridad podría ser comprobado mediante los censos que maneja no solo la Alcaldía Municipal sino en un año se puede ver que impacto ha tenido el proyecto en la educación también solicitando información de matrículas de la zona a las instituciones educativas de la Comunidad, asimismo el nivel de capacitación y seguimiento dado a los empleados de Punta Real es un buen verificador más directo de la contribución a la educación que genera el proyecto.

Se pretende incorporar a la mayor cantidad de personas al menos uno por familia para la participación con un empleo directo en el centro ecoturístico y brindar a la comunidad la oportunidad de desarrollar una forma de actividad económica a través de una capacitación, misma que se impartirá a los trabajadores del centro ecoturístico como:

- ✓ Huertos Caseros
- ✓ Compost Caseros
- ✓ Talleres Artesanales
- ✓ Capacitación para Atención al Cliente
- ✓ Normas de Higiene y Seguridad Alimentaria

El eje de sostenibilidad a la familia es un eje estratégico de intervención fundamental para proveer a la familia pobre del área rural de las herramientas necesarias que le permita incorporarse en actividades productivas que se traduzcan en mejoras de ingreso y generación de activos.

El porcentaje de personas de 15 años o más que pueden leer, escribir y comprender un texto corto y sencillo sobre su vida cotidiana. **Tasa de alfabetismo adulto⁷³ 70.5 %**

El dato de alfabetización anteriormente mencionado es un dato porcentual de todo el municipio, en el que cabe mencionar que específicamente en la zona rural que es donde habita el 66.6% de los cuales el 46.5% se encuentra bajo la línea de pobreza⁷⁴. Por lo tanto el porcentaje de alfabetización en la zona rural es menor ya que la mayor concentración de personas con acceso a educación se encuentra en el área urbana. Por lo tanto las oportunidades que se podrán crear son muchas y son muy importantes no solo para el municipio si no para el país en general.

Las condiciones de acceso a la educación son difíciles dado el ingreso mensual es bajo y los costos de transporte en lancha es alto volviéndose incosteable viajar todos los días al centro educativo en la isla más cercana.

b. Salud

El proyecto contribuirá a la salud de la comunidad ya que el Centro Eco turístico puede ofrecer prestaciones laborales que involucren ofrecer servicios médicos a los empleados y sus familias, asimismo la comunidad estará motivada a cuidar más la playa y alrededores por la fluencia continua de turistas lo cual ayudara a evitar enfermedades gastrointestinales e incluso podría motivar a la Alcaldía a llevar el servicio de recolección de basura.

Esto se podría corroborar en las unidades de salud y en un registro de las prestaciones laborales también que se le podrían dar a los empleados y sus familias, además visualmente se puede corroborar si la playa y sus alrededores se encuentran limpios o no.

⁷³ Ver tabla índice de desarrollo humano para el municipio de Puerto El Triunfo

⁷⁴ Mapa 1. Incidencia de pobreza multidimensional por departamento (expresada en porcentaje de hogares) fuente: Secretaria Técnica de la presidencia: 2015 Medición multidimensional de la pobreza

c. Conciencia ambiental

El proyecto ayudara a mejorar la conciencia social ya que las personas podrán tener mayor interacción con la naturaleza y especial con especies en peligro de extinción además de tener la oportunidad de visitar un museo interpretativo que aportara información medio ambiental asimismo con la asistencia de las personas a lugares turísticos que sean amigables con el ambiente se podrá contribuir a la concientización de las personas.

Este índice aunque es difícil de medir podría evaluarse mediante un registro de personas que visiten el vivero de tortugas y el museo, inclusive fomentar en las personas que apadrinen una tortuga como motivación hacia el cuidado del medio ambiente.

d. Agua potable y alumbrado

Las poblaciones rurales son las más afectadas por no tener servicio de agua potable, y alumbrado y el desarrollo del municipio por medio de proyectos como el propuesto puede contribuir a consolidar aún más la necesidad de la comunidad de tener acceso al servicio de agua potable, donde la movilización de personas y de la misma comunidad podrían obtener conexión de agua potable o bien una fuente que suministre agua dulce en la zona.

El índice de mejora de este servicio solo podría verse con el paso del tiempo mediante la colocación del servicio de agua dulce o con la instalación de una fuente que suministre este servicio asimismo mediante estadísticas que maneja la alcaldía como la que se muestra en la tabla.

Servicio	Cantidad	% con respecto al total	Urbano	Rural	Urbano	Rural
Alumbrado eléctrico	10,120	85.2	47.4	52.6	91.7	80
Agua potable	2,237	18.8	55.1	44.9	23.6	15.1
Alcantarillado	783	6.6	90.3	9.7	13.5	1.1
Recolección de Basura	1449	12.2	74.7	25.3	20.7	5.5

Tabla 517 Censo de población 2007. Porcentaje de servicios en el Municipio de Jiquilisco

Esta necesidad puede presentarse ante las instituciones que apoyan este tipo de iniciativas, solo si se justifica con el arribo de suficientes turistas mensualmente y sin olvidar los habitantes Esto también lleva a la parte complementaria: tratamiento de aguas servidas y aguas negras así como de alumbrado

Como una estrategia adicional puede solicitarse el apoyo de un estudio de factibilidad de alguna institución para la incorporación de un sistema de desalinización artesanal o

potabilización de agua salada, Pero este punto en especial está más allá del alcance de este trabajo de grado pues ese estudio es un proyecto muy amplio por si solo.

Actualmente se tiene un sistema de agua un tanto salada que es obtenida por sistema de pozos y tuberías, y las aguas servidas o negras las tratan con fosas cuya capacidad es suficiente para la demanda actual del centro ecoturístico.

Y para la energía eléctrica se tienen instalados en cada hogar un sistema de luz solar para la generación de energía, pero de capacidad muy baja.

CONTRIBUCIÓN A LA ECONOMÍA NACIONAL

El turismo constituye uno de los mayores recursos para el desarrollo económico de El Salvador. A los excelentes atractivos naturales que posee el país, con playas paradisíacas, un clima tropical benigno y paisajes exuberantes, se une un importante patrimonio arqueológico y ecológico, con vestigios coloniales y precolombinos, además de reservas nacionales como la Bahía de Jiquilisco que ya es un destino turístico, pero su peculiar vegetación constituye el hábitat más grande del país para las tortugas, atractivo que permite la afluencia de turistas nacionales y extranjeros esto es una situación palpable tanto que se está construyendo un nuevo malecón con inversión nacional con un esfuerzo por parte del gobierno central y fondos BID. Dirigido por el Ministerio de Turismo para que la bahía sea uno de los destinos principales de turismo de playa más reconocidos a nivel nacional.

a) Fuente de ingreso adicional para los habitantes de la zona

En la zona existen diversidad de formas de trabajo o negocio que tienen las personas para obtener ingresos familiares, el principal de estos es la pesca artesanal.

Se determina el principal por ser el oficio por tradición que casi toda la población ejecuta muy bien, además de ser una fuente de ingresos segura, sin desestimar otros negocios como costureras, agricultores, artesanos, albañiles, lancheros (transportistas). Que son formas de negocio que posiblemente el ingreso por venta del servicio o producto sea mayor pero que

Se calcula que el ingreso promedio para un día de trabajo que una persona que se dedica a la pesca artesanal, en sus diferentes modalidades es muy variante:

	Ingresos	Posibilidad de Ocurrencia al mes	Días trabajados	total
Buena temporada	\$20	10%	20	40
no muy buena temporada	\$10	90%	12	108
			TOTAL AL MES	148
			PROMEDIO DIARIO	\$4.63

Tabla 518 Elaboración propia con investigación de campo, entrevista a pobladores

A continuación se presenta la tabla de pago al personal por día de trabajo, elaborada en base a la tabla de pago en concepto de pago por MOI y MOI por cada puesto de trabajo y según salario quedando así:

RESUMEN MANO DE OBRA DIRECTA	SALARIO BRUTO MENSUAL INDIVIDUAL	PROMEDIO DIARIO (30 DIAS)
Cocinera	\$160.00	\$5.33
Mesero	\$100.00	\$6.67
Bartender	\$160.00	\$5.33
Encargado de actividades acuáticas	\$120.00	\$4.00
Masajistas	\$100.00	\$6.67
Encargado de estación de raspados	\$100.00	\$6.67
Encargado de estación de bocadillos y bebidas	\$100.00	\$6.67
Lanchero	\$129.43	\$4.31
Guía turístico	\$226.50	\$7.55
Gerente general	\$350.00	\$11.67
Jefe de servicios turísticos	\$200.00	\$6.67
Jefe de comercialización	\$300.00	\$10.00
Contador	\$300.00	\$10.00
Encargado de compras	\$200.00	\$6.67
	Total diario	\$84.86
	Promedio global	\$6.06

Tabla 519 Resumen Mano de Obra directa / Evaluación Social

Esta tabla es considerando salarios con los que se ha contemplado la demanda proyectada se a alcanzado. Por lo que el presupuesto total de MOD y MOI de esta tabla ya está incluido en el costo de los servicios o paquetes turísticos.

Donde los empleados como son mesero, masajista, encargado de estacion de raspad, estación de bocadillo y bebidas tienen trabajo de medios tiempos es decir que su calculo mensual se efectuo entre 15 días ya que solo laboran 4 horas diarias. Y los lancheros tendrán la opción de trabajar medio tiempo y realizar actividades de pesca por su cuenta.

*Pero a los meseros se les dara unas bonificación en días de eventos asimismo a los que se contraten por evento se les pagara \$7.00 donde en la zona se acostumbra a pagarles \$5.00.

En la zona la mayor parte de trabajadores son hombres, por lo que este proyecto está enfocado en la inclusión de género, tratando de ofrecer oportunidades de empleo a más mujeres que hombres.

Si se considera que el trabajar para el centro ecoturístico es una fuente de ingresos ADICIONAL y a medida pase el tiempo se vuelva CONSTANTE a los ingresos normales

se puede apreciar claramente la mejora significativa pues la contratación se realiza en base a demanda programada. En el proyecto no se descarta la mejora salarial al lograr obtener utilidades mayores a las esperadas. A esto se puede sumar la oportunidad de negocios que abren los huertos caseros, la venta de artesanías, los compost casero para venta de abono orgánico y otros.

b) El turismo genera más divisas para El Salvador

El indicador denominado balanza turística (turismo receptor menos turismo emisor con respecto al PIB) ha venido experimentando un ascenso notable, habiendo registrado un incremento del 1.7 al 4.51% sobre el PIB en el último año⁷⁵; es decir, que se posee un superávit de divisas ya que el consumo turístico receptor es superior que el emisor con respecto al PIB. Este resultado significa que más divisas son obtenidas por el Salvador, potenciando el ahorro interno nacional.

Turismo en El Salvador sigue creciendo, según Informe de Rendición de Cuentas junio 2015 a Mayo 2016 “El turismo nacional está haciendo un aporte importante en turismo interno y social, es bueno para el país, la gente está acostumbrándose a conocer sus pueblos”, lo que mueve incrementa los ingresos de la micro empresa, dijo el Ministro de Turismo José Napoleón Duarte.

Las proyecciones para el 2017 son “trascender de un Pueblo Vivo a un Pueblo Encantador”, superar los dos millones en la llegada de visitantes internacionales alcanzando un crecimiento de 5% del PIB.

c) Mayor dinamismo económico nacional

Los resultados en los últimos años de la industria turística han generado una participación de los ocupados en la Población Económicamente Activa, PEA siendo para el año de 2008 del 29.8%. y su proyección más actualizada del año 2011 indica que PEA es 28.4% Eso solo de la rama de Comercio, Hoteles y Restaurantes, de conformidad a la Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples, EHPM.

NIVEL ESCOLAR	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Parvulario	957	909	1866
Primaria o Básica	12,445	12,717	25162
Educación Media	1,694	1,846	3540
Carrera corta después de sexto grado	16	20	36
Superior no universitaria	114	162	276
Técnico universitario	83	83	166
Superior universitaria	307	395	702
Maestría	8	13	21
Doctorado	-	1	1
Total	15,624	16,146	31770

Tabla 520 Tabla Índice de estudios en el Municipio de Jiquilisco

⁷⁵ <https://www.dinero.com.sv/es/economía/item/2235-turismo-representa-4-51-del-pib-en-el-salvador.html>

K. EVALUACION AMBIENTAL DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO

La evaluación ambiental es un proceso formal empleado para predecir las consecuencias ambientales de una propuesta de desarrollo. Dicha evaluación tiene como propósito asegurar que las acciones a ejecutar sean ambientalmente aceptables, viables, adecuadas y sustentables con medidas ambientales cuyo costo

La Evaluación de Impacto Ambiental (EIA), según el Art. 18 de la Ley de Medio Ambiente, es el proceso que incluye el conjunto de acciones que aseguran que las actividades, obras o proyectos que puedan tener un impacto negativo en el ambiente o en la calidad de vida de la población, se sometan desde la fase de pre inversión a los procedimientos que identifiquen y cuantifiquen dichos impactos y se recomienden las medidas que los prevengan, atenúen, compensen o potencien, según sea el caso, seleccionando la alternativa que mejor garantice la protección del ambiente y la sostenibilidad de la inversión.

1. METODOLOGÍA

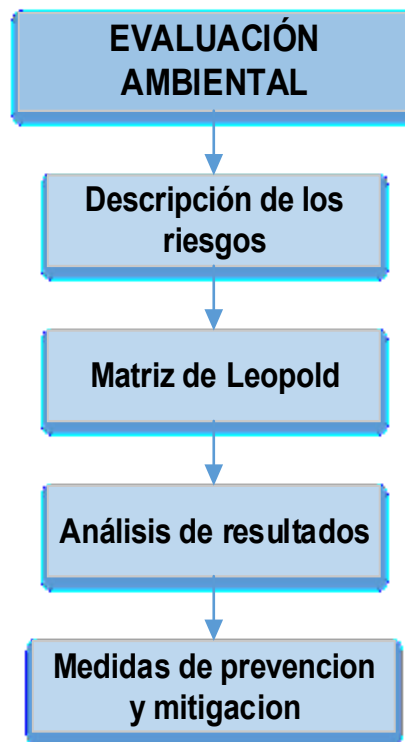


Diagrama 45 Metodología de la Evaluación Ambiental

2. DESCRIPCIÓN DE LOS RIESGOS

A continuación se presenta la desagregación de cada programa con sus respectivos proyectos, los cuales se consideraran como las acciones, las cuales pueden perjudicar o beneficiar al medio ambiente:

N°	Programa	Acciones	Descripción del riesgo	Descripción del beneficio
	Organización y administración	Implementación de Manual de organización	N/A	N/A
		Implementación del Manual de Procedimientos	N/A	N/A
		Capacitaciones	N/A	N/A
		Mejoramiento de la Imagen del Personal	N/A	N/A
		Higiene y Seguridad Ocupacional	N/A	N/A
	Producto turístico	Mejora e innovación de nuevos atractivos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> Deforestación de una porción del área. Afectación a la población de animales. Degradación de los suelos por la compactación Contaminación de las aguas de la bahía por la emanación de aguas producidas por la construcción Emanación de gases tóxicos a la atmosfera 	N/A
		Propuesta de Paquetes Turísticos	N/A	N/A
		Mejoramiento de	<ul style="list-style-type: none"> Deforestación de 	N/A

		infraestructura	<p>una porción del área.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emisiones por el uso de pinturas sintéticas 	
	Promoción y marketing	Relanzamiento de la Marca	N/A	N/A
		Sostenimiento de la Publicidad	N/A	N/A
		Promoción en Medios Externos	N/A	N/A
		Gestión de Alianzas	N/A	N/A
	Gestión de relaciones y cooperación	Recursos Financieros	N/A	N/A
		Apoyo Técnico	N/A	N/A
		Cooperaciones Institucionales	N/A	N/A
	Calidad turística y sostenibilidad ambiental	Sistema de Gestión de la Calidad	<ul style="list-style-type: none"> • Poda de una porción de áreas verdes • Emanación de gases tóxicos a la atmosfera • Vertido de agua proveniente de la piscina a la bahía 	N/A
		Seguridad Turística		<ul style="list-style-type: none"> • Acciones para prevenir incendios
		Buenas Prácticas de Manufactura en Alimentos	<ul style="list-style-type: none"> • Vertido de agua usada en la elaboración de platillos • 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejor manejo de desechos en el área de elaboración de platillos
		Implementación de Buenas Prácticas de Turismo		<ul style="list-style-type: none"> • Manejo correcto de los recursos naturales • Mejor manejo de los desechos • Acciones que ayudan a la conservación de áreas protegidas

		Expansión de Uso de Energía Solar	N/A	<ul style="list-style-type: none"> No emite ninguna sustancia o gas que perjudique al medio ambiente. No emite ruidos al ambiente
		Diseño de Compost Casero	N/A	<ul style="list-style-type: none"> Manejo de desechos Reciclaje de desechos sólidos orgánicos
		Diseño de Huerto Casero	N/A	<ul style="list-style-type: none"> Uso de abono orgánico Uso de insecticidas orgánicos
	Señalización turística	Señalización Interna y Externa del Centro Ecoturístico	N/A	N/A
	Contingencia	Contingencia para los Servicios Turístico	N/A	N/A
		Contingencia para riesgos	N/A	N/A

Tabla 521 Descripción de los Riesgos

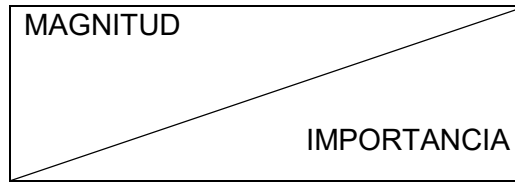
3. MATRIZ DE LEOPOLD

La matriz de Leopold es un método cualitativo de evaluación de impacto ambiental creado en 1971. La matriz de Leopold es un procedimiento para la evaluación del impacto ambiental de un proyecto en desarrollo.

El modelo más utilizado es la llamada Matriz de Leopold, que consiste en un cuadro de doble entrada en el que se dispone como filas los factores ambientales que pueden ser afectados y como columnas las acciones propuestas que tienen lugar y que pueden causar posibles impactos.

El método de Leopold está basado en una matriz de 100 acciones que pueden causar impacto al ambiente representadas por columnas y 88 características y condiciones ambientales representadas por filas. Como resultado, los impactos a ser analizados suman 8,800. Dada la extensión de la matriz se recomienda operar con una matriz reducida, excluyendo las filas y las columnas que no tienen relación con el proyecto.

Cada celda (producto de la intersección de filas y columnas) se divide en diagonal, haciendo constar en la parte superior la magnitud del impacto (M) y en la parte inferior la intensidad o grado de incidencia del impacto (I).



Los parámetros de valoración, se consideran valores entre 1 y 10, para la importancia y la magnitud del impacto, se colocó signo (-) si el impacto es perjudicial y (+) si es beneficioso.

MAGNITUD	VALOR	IMPORTANCIA	VALOR
Muy baja	1	Sin importancia	1
Baja	2	Poco importante	2
Mediana	3	Medianamente importante	3
Alta	4	Importante	4
Muy alta	5	Muy importante	5

Tabla 522 Parametros de valoracion matriz de Leopold

La suma de los valores que arrojen las filas indicará las incidencias del conjunto sobre cada factor ambiental, mientras que la suma de los valores de las columnas, arrojará una valoración relativa del efecto que cada acción producirá al medio.

Para la evaluación del impacto ambiental para el Centro Ecoturístico Punta Real se consideraran solamente los factores físicos y biológicos. Los factores físicos a considerar son el suelo, la atmosfera, agua y paisaje y los factores biológicos a considerar son la flora y fauna. En base a estos factores se evaluaran el impacto ambiental que genere cada proyecto a cada factor, ya que la zona se considera una reserva natural y un ecosistema con riqueza natural única con respecto a otros destinos turísticos.



Ilustración 273 Evaluacion Ambiental

MATRIZ DE LEOPOLD

Acciones		Implementación de Manual de organización	Implementación del Manual de Procedimientos	Capacitaciones	Mejoramiento de la Imagen del Personal	Higiene y Seguridad Ocupacional	Mejora e innovación de nuevos atractivos turísticos	Propuesta de Paquetes Turísticos	Mejoramiento de infraestructura	Relanzamiento de la Marca	Sostenimiento de la Publicidad	Promoción en Medios Externos	Gestión de Alianzas	Recursos Financieros	Apoyo Técnico	Cooperaciones Institucionales	Sistema de Gestión de la Calidad	Seguridad Turística	Buenas Prácticas de Manufactura en Alimentos	Implementación de Buenas Prácticas de Turismo	Expansión de Uso de Energía Solar	Diseño de Compost Casero	Diseño de Huerto Casero	Señalización Interna y Externa del Centro Ecoturístico.	Contingencia para los Servicios Turístico	Contingencia para riesgos	TOTAL IMPORTANCIA		
Factores																													
Físico	Suelo						-1 2										-1 2	+3 4		+2 3		+4 4	+2 3					18	
	Atmosfera						-2 2		-2 2									+3 4		+2 2	+2 2								12
	Agua						-2 2		-1 1									+3 2	+2 2										7
	Paisaje						-1 2		-1 2											+2 2									6
Biológico	Flora						-1 2		-1 2									+2 3		+4 2	+1 2	+2 2	+1 2						15
	Fauna						-1 2		-1 2									+1 2		+4 3									9
Magnitudes	Positivos																	9 13	3 2	16 13	3 4	6 6							37 32
	Negativos						-8 12		-6 11									-1 2											-17 25

Tabla 523 Matriz de Leopold

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

En la matriz anterior se elaboró la evaluación del impacto ambiental que los proyectos generaran al medio ambiente por medio de la metodología de Leopold, la cual nos resultó lo siguiente:

La magnitud global positiva es del 69% con una importancia del 56% y una magnitud global negativa del 31%, con una importancia del 44%. Esto nos indica que si se ejecuta el plan, este será viable ambientalmente.

Es de suma importancia que el plan sea viable ambientalmente, ya que la bahía de Jiquilisco es una zona protegida, debido a la riqueza natural que se encuentra en el lugar, es por ello que todas las acciones que se ejecuten deben ser amigables con el medio ambiente.

Al ser el 69% la magnitud positiva del plan, se puede asegurar que las acciones que se ejecuten serán viables ambientalmente, por lo que no perjudicaran al ecosistema de la bahía de Jiquilisco.

5. MEDIDAS DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN

- Para la construcción de edificaciones, se deberán usar materiales que no perjudiquen al medio ambiente de tal manera que esto nos deja sin mucha descarga de residuos sólidos en el lugar y sin aguas servidas en grandes cantidades, el cual debe ser acordado con la empresa que se encargue de ejecutar la obra civil.
- Se debe supervisar diariamente durante la construcción de las edificaciones, por el administrador del proyecto, de modo que se pueda constatar que no se esté vertiendo ningún contaminante en la zona.
- Para la mejora de la infraestructura actual se debe utilizar materiales que no contaminen el medio ambiente, como el uso de pinturas naturales y evitar en la medida posible el uso de pinturas sintéticas.
- Mostrar a los turistas en los paseos en lancha y en las caminatas por los senderos acerca de las actividades con las que se puede tener contacto directo con la naturaleza sin perjudicarla.
- Mantener información a los turistas sobre hábitos de higiene y de protección ambiental en general, mediante señalización, de manera que puedan ser libremente observado por estos para crear conciencia.
- Las actividades acuáticas que se incorporen no deben incluir el uso de equipos que contaminen el medio ambiente o las aguas de la bahía, se recomienda incorporar solamente actividades acuáticas de remo.

6. METODOLOGIA USADA POR EL MARN PARA LA EVALUACION AMBIENTAL

La metodología utilizada por el MARN para la evaluación ambiental es el método Mel Enel. Este método es una herramienta metodológica que durante el proceso de un proyecto resulta muy práctica para su interpretación y aplicación sin perder su sustento científico adecuado en materia de generación y procesamiento de datos ambientales

El ámbito de aplicación abarca tanto a los Estudios de Evaluación de Impacto Ambiental, EsIA, como a los Estudios de Diagnóstico Ambiental, EDA.

- a) En el primer caso (EsIA), y según se ha visto se refiere a un estudio de carácter preventivo efectuado en la etapa de preinversión de un proyecto, antes del diseño final y por ende, antes de la ejecución y operación del mismo.
- b) En el segundo caso (EDA), se refiere a un estudio de carácter correctivo, que permite identificar y evaluar los impactos negativos significativos ocasionados por actividades en funcionamiento, las cuales nunca fueron objeto de una EIA y por ende, no cuentan con un Programa de Gestión Ambiental en operación.

Para la solicitud de permisos medio ambientales se debe acudir al Ministerio de Medio Ambiente, el cual tiene un proceso específico de acuerdo a cada tipo de proyecto y área donde este se va a realizar, para ver este procedimiento ver anexo 26.

Donde se retoma las partes del proceso general y el formulario de aplicación específico. Ya que hay un formulario utilizado para solicitar permiso en lugares que estén catalogados como Reservas Naturales asimismo el proceso de solicitud, evaluación y resolución no sobrepasa un máximo de 70 días, pero los últimos 10 días son el periodo para emitir la resolución a la solicitud, tomando entonces que los primeros 60 días son para evaluar el impacto ambiental del proyecto esto según la Ley de Medio Ambiente que tiene vigente nuestro país El Salvador.

Cabe mencionar que tanto la matriz de Leopold y el método Mel Enel que es el que utiliza el Ministerio de Medio Ambiente sirven para evaluar impactos ambientales, aunque la matriz de Leopold permite evaluar impactos positivos y negativos y el método de Mel Enel solo se centra en evaluar los impactos negativos al ambiente, ambas metodologías poseen similitudes, entre las cuales son los factores como lo son el medio físico (atmósfera y suelo) y biológico (flora y fauna).

Además la matriz de Leopold es un método que puede ser utilizado en la fase de planificación del proyecto el cual es el caso del Plan de Desarrollo Turístico para Punta Real y el método de Mel Enel es para la etapa de planificación así como también para la etapa de diagnóstico es decir de proyectos ya ejecutados, al momento de efectuar el proceso de pedir el permiso al Ministerio de Medio Ambiente la matriz de Leopold generará un análisis preliminar de los riesgos ya que siempre deberá generarse el método de Mel Enel con la ventaja de que al aplicar el método anterior permitirá simplemente retomar solo los impactos negativos y aplicarles la metodología de los 6 pasos del método Mel Enel.

L. EVALUACION TECNICA DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO

A continuación se presenta unos indicadores que reflejan parte de los cambios que traería la incorporación del Plan de Desarrollo Turístico para la Cooperativa Punta Real de R.L., en la Bahía de Jiquilisco para aportar a la situación actual en la que se encuentran los residentes de la Punta San Juan del Gozo.

Cabe destacar que si bien un proyecto debe generar una rentabilidad este también se mide por los aportes que ofrece no solo a nivel económico sino a nivel social inclusive del uso de instalaciones, asimismo un solo proyecto por si solo no mejorara por completo la vida de los residentes de la zona pero si abonara al mejoramiento de la misma, ya que para ello hace falta trabajo complementario que involucran inclusive entidades de gobierno sobre las que no se tiene influjo como por ejemplo el caso de la educación formal es decir la generación de escuelas. Unidades de salud y demás.

CONTENIDO	DESCRIPCION	ANTES	DESPUES	INDICADORES
Compost Casero	Tratamiento de los desechos, tanto los orgánicos como No orgánicos de forma que se pueda utilizar la los biodegradables para conformar abono orgánico	promontorios de basura mezclada	Tratamiento correcto de Desechos orgánicos Recolección y tratamiento de Desechos no orgánicos, para reducir el impacto ambiental	Hacer la agrupación por tipo de desechos permitirá recoger en un solo lugar los desechos no biodegradables, esto motivara la gestión para la remoción de estos
Huertos Caseros	Capacitación y construcción para instalación de huertos caseros	Gastos familiares para la obtención de algunas legumbres	Mejoramiento de las condiciones alimenticias a bajo costo	Mejorar la facilidad en la diversificación de la dieta alimenticia, desarrollo de comercio interno de verduras (otras fuentes de ingreso)
Capacitación para Elaborar Artesanías	Desarrollo de habilidades manuales y artísticas	Desmotivación, conformismo, ociosidad	Desarrollo personal, mejoramiento del nivel educativo, instauración de un modelo de negocio	Incremento de la satisfacción personal, desarrollo de otra fuente de ingreso familiar

Puestos de trabajo	de generadores de fuentes de empleo	4 personas en el Centro ecoturístico de forma fija 0 personal en temporada alta (la demanda no se excedía la capacidad para atención al cliente)	14 personas de forma fija 4 personas adicionales en temporada alta	incremento en la cantidad de empleos fijos incremento en la cantidad de empleos temporales
Generación de empleos directos e indirectos	Aportar con la creación de oportunidades de empleo en la zona y en el centro ecoturístico	4 puestos de trabajo solo en el centro ecoturístico	Pasar a 14 empleos fijos y directos Por cada empleo directo según estadísticas se generan tres indirectos abriendo oportunidades para 42 empleos indirectos	Cuantificación real de empleos generados.
Demanda anterior y actual	Incrementar las ventas, posicionar el Centro ecoturístico como un punto preferencial	En base a unas cuantas negociaciones por parte del personal administrativo de la cooperativa y muy pocos de forma esporádica 200 personas por mes	Establecimiento de la demanda constante 375 personas por mes	Número de visitantes
Inclusión e igualdad de Genero	cantidad de mujeres empleadas antes y ahorita	2	8	Número de mujeres empleadas
Gestión de riesgos	Implementación de un plan de prevención de riesgos y salud	exposición a riesgos para los turistas y el personal	mitigación de riesgos	Cantidad de Accidentes laborales o enfermedades

	ocupacional, en base a normativas			
Ocupación adecuada de los recursos para el sendero.	Aprovechar todos los recursos posibles	Desaprovechamiento de los Recursos Naturales	Transformación de los Recursos en Atractivos sin impactar negativamente en el ecosistema	Cantidad de visitantes que solicitan o toman el servicio
Señalización turística	<p>Informar oportunamente sobre la ruta y las partes del lugar para publicitar el centro ecoturístico</p> <p>identificación visual de posibles riesgos para advertir al turista oportunamente</p>	Exposición a riesgos por parte del turista por desconocimiento de la zona	El centro Ecoturístico Punta Real con áreas debidamente señalizadas delimitando riesgos.	Ordenamiento para el uso de las instalaciones, Reacción de accidentes.
		desconocimiento de las rutas correctas de acceso, resistencia a visitar al lugar por no seguridad sino por falta de información y posibles atrasos en la llegada de turistas	Rutas para llegar debidamente señalizadas y también en la zona de los dos puertos con información suficiente para el turista.	Facilitar la llegada del turista a la zona. Los turistas llegan a tiempo y por la zona segura.
Servicios turísticos	Incorporación de servicios turísticos atractivos en base a las preferencias encontradas del estudio de mercado consumidor.	Servicios actuales: 1. transporte 2. Alojamiento 3. Restaurante	<ol style="list-style-type: none"> 1. transporte 2. Alojamiento 3. Restaurante + 4. Actividades Deportivas 5. Spa 6. Bar 7. Estación de Raspados 8. Senderismo 9. Centro interpretativo 10. Visita a lugares de la bahía 11. Estación de bebidas 12. Observación y 	Se incrementa en 9 servicios adicionales en forma diversa para consumo por paquete o por servicio. Conformando una cartera de 15 servicios

			participación en el ciclo reproductivo de las tortugas (temporada)	
Concientización Ambiental	Asegurar la conservación del lugar mediante la experiencia de disfrutar de los atractivos naturales y charla del guía turístico	Visita de turistas al lugar sin obtener una experiencia que realmente despierte el interés por conservar el ecosistema	<p>Despertar la conciencia ecológica mediante:</p> <ul style="list-style-type: none"> *Charla del guía *Disfrutar de los Atractivos Turísticos naturales *Visita al Centro Interpretativo *Contemplar el desove de tortugas *participar en la liberación de tortugas *Comprensión de la contaminación generalizada en la zona al observar 	7 momentos de posible concientización ambiental
Atención al segmento juvenil	Diseñar los atractivos acorde a la expectativa o deseos de este segmento de mercado consumidor	los atractivos naturales y servicios no son diseñados específicamente para cautivar este segmento	<p>disposición de servicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Estación de bocadillos y bebidas * Estación de Raspados * Bar * Spa * Actividades acuáticas: Banana, Dona, Jetsky, kayak 	En total 8 actividades dirigidas específicamente para jóvenes, y como venta adicional puede ser consumida por cualquier tipo de persona.
Organización de la cooperativa	Establecer una estructura organizacional y asignación de funciones y responsabilidades	trabajo es de forma reactiva, improvisada	Una forma más ordenada de trabajar, sencilla y que permita una atención al cliente más personalizada	Levantamiento de manuales, procedimientos, y aplicación mediante capacitaciones al personal.

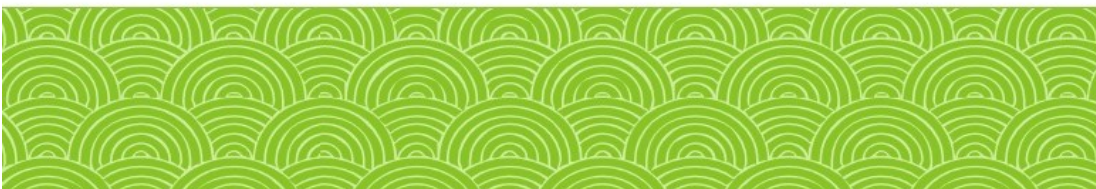
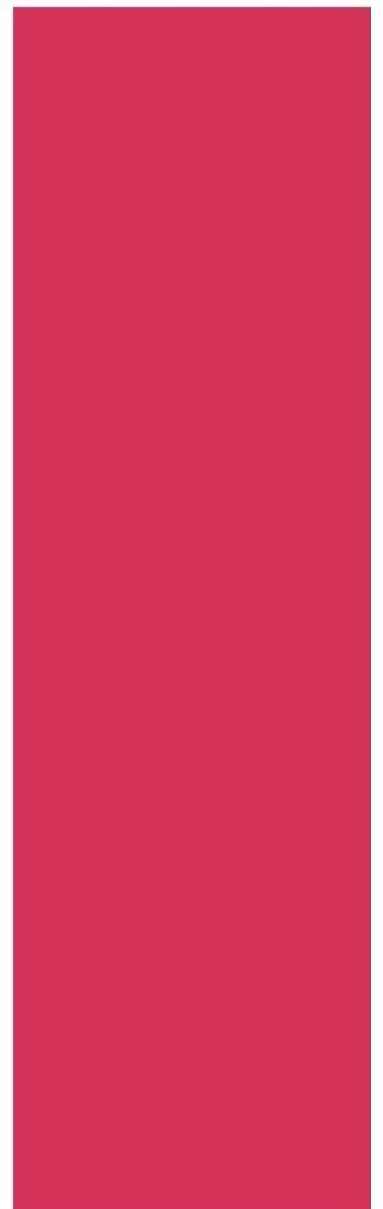
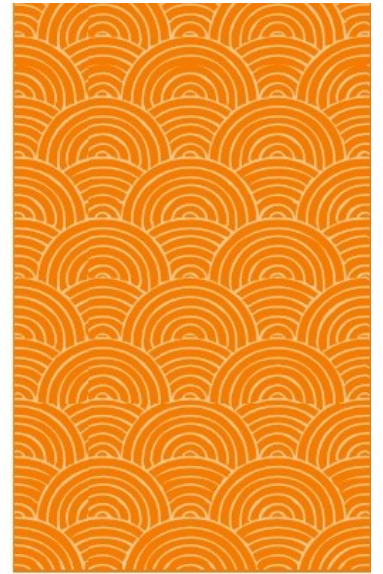
	para ejecutar mejor el trabajo			
Publicidad e Imagen	posicionar como uno de los mejores destinos de la Bahía a Punta Real	trabajo de publicidad escaso, únicamente por algunas publicaciones en red social Facebook	Obtener un mayor alcance con las publicaciones Utilizar todas las redes sociales posibles	Opinión de los lancheros de las personas que visitan el lugar que es reconocido como el mejor destino de la bahía o el más solicitado.
Programa de Recurso Turístico	Diseñar la base de todo el plan turístico sea realmente atractivo y ecológico según las necesidades del mercado consumidor	el servicio ofrecido no es con enfoque de alta calidad de atención Fallas en los procesos actuales para ofrecer los servicios, poca demanda Dadas las preferencias son viaje del día y un buen almuerzo el servicio se queda corto desaprovechamiento de los recursos pocas actividades de entretenimiento Pocas actividades	Establecimiento del enfoque para servicio al cliente, definición de sistema de atención definición del proceso de prestación del servicio establecimiento de paquetes Diseño de propuestas de publicidad e imagen Conformación de menú Incorporación de bebidas alcohólicas preparadas Aprovechamiento de los Atractivos Turísticos de forma Correcta Diseño de servicios para actividades acuáticas	Mejora la satisfacción del cliente Rapidez del servicio Mas venta por paquetes Incremento de la rentabilidad de los productos de restaurante Ingreso por ventas de bebidas lograr la distinción por atractivos turísticos ofrecer entretenimiento de forma única Solicitud del recorrido por la mayor cantidad de visitantes en cada grupo

		para el disfrute en familia	Incorporación de sendero natural Explotación de productos principales. Aceite y Coco	
Programa de Mantenimiento	Mejoras estéticas de las instalaciones, y desarrollo del lugar	las instalaciones con deterioro constante por condiciones ambientales y poco trabajo de mantenimiento	Mejora física de las instalaciones de forma periódica	Cantidad de mantenimientos, reparación y remodelación
Registro de la información	Mantener la información al día, ordenada y tomar decisiones oportunas	se tiene un registro contable de la cooperativa como tal, pero deficiente registro contable de la operatividad del CENTRO ECOTURISTICO PUNTA REAL	Establecimiento de Catalogo de Cuentas contables y Manual de aplicación Diseño de formularios Establecimiento de reportes Financieros	Mejora de los registros contables al día. Obtención de estados financieros enfocados al sector Turismo Obtener el apoyo de las instituciones que pueden invertir al presentar la información financiera adecuada
Gestión de Cooperación	Buscar el apoyo financiero, técnico e institucional	Recursos insuficientes para inversión en	Obtención de una o más fuentes de inversión, para el desarrollo de todo el plan	Cantidad de mejoras hechas o incorporación de proyectos o programas por completo

		remodelación y construcción Baja calidad de atención al cliente, tiempos de atención altos, se esperaría una mejor preparación de alimentos	Mejora en la atención al Cliente Personal más capaz, mejora del clima laboral Mejora de los ingresos familiares incorporación de las instituciones municipales, acercamiento de la PNC, fuerza naval, Politur	Cantidad de capacitaciones recibidas, crecimiento del personal, Incremento en las ventas, o consumo por persona Visita de cuerpos de seguridad al lugar
Consumo por Persona	Incrementar los ingresos	\$20	\$25 a \$ 85	Incremento mínimo de 5 por persona en el paquete más económico hasta \$ 65 en el más caro
Según Normativa Salvadoreña ubicación de la calidad del proyecto	Potenciar el lugar mediante una categoría de servicio	Se desconoce la calidad del servicio ofrecido	La calidad de servicios se clasifica como un lugar que ofrece servicio de alojamiento y de restaurante. Un punto de partida para mejora	Evaluación de los turistas después de disfrutar de los servicios. Buzón de comentarios y Sugerencias

Tabla 524 Indicadores de la Evaluación Técnica del Proyecto

**CAPITULO VII
ADMINISTRACION
DEL PROYECTO
“PLAN DE
DESARROLLO
TURISTICO”**



VII ADMINISTRACION DEL PROYECTO “PLAN DE DESARROLLO TURISTICO”

Todo plan de desarrollo turístico debe tener una administración para la implantación de cada uno de los proyectos diseñados en la etapa de diseño. El plan de desarrollo turístico esta compuestos por programa que a su vez contienen proyectos, para los cuales se debe administrar para su correcta ejecución y el logro de los objetivos y metas establecidas en cada proyecto.

La administración de proyectos es la aplicación de conocimientos habilidades herramientas y técnicas a las actividades de cada proyecto que contiene el plan de desarrollo turístico y cumplir con los requisitos del mismo. Es por ello que se deben establecer las diferentes actividades que son necesarias para llevar a cabo para la óptima administración del proyecto y establecer los responsables de estas actividades por medio de la selección de la estructura organizativa adecuada para el tipo de proyecto que está realizando.

A. OBJETIVO

Elaborar la administración de proyecto para el “Plan de desarrollo turístico para la Cooperativa Punta Real de R.L.”, esto con el fin de que los proyectos contenidos en dicho plan se ejecuten de manera óptima.

B. METODOLOGÍA

A continuación se presenta la metodología a seguir en la administración del proyecto:



Diagrama 46 Metodología del ADP

C. ESTRUCTURA DE DESGLOSE DE TRABAJO (EDT)

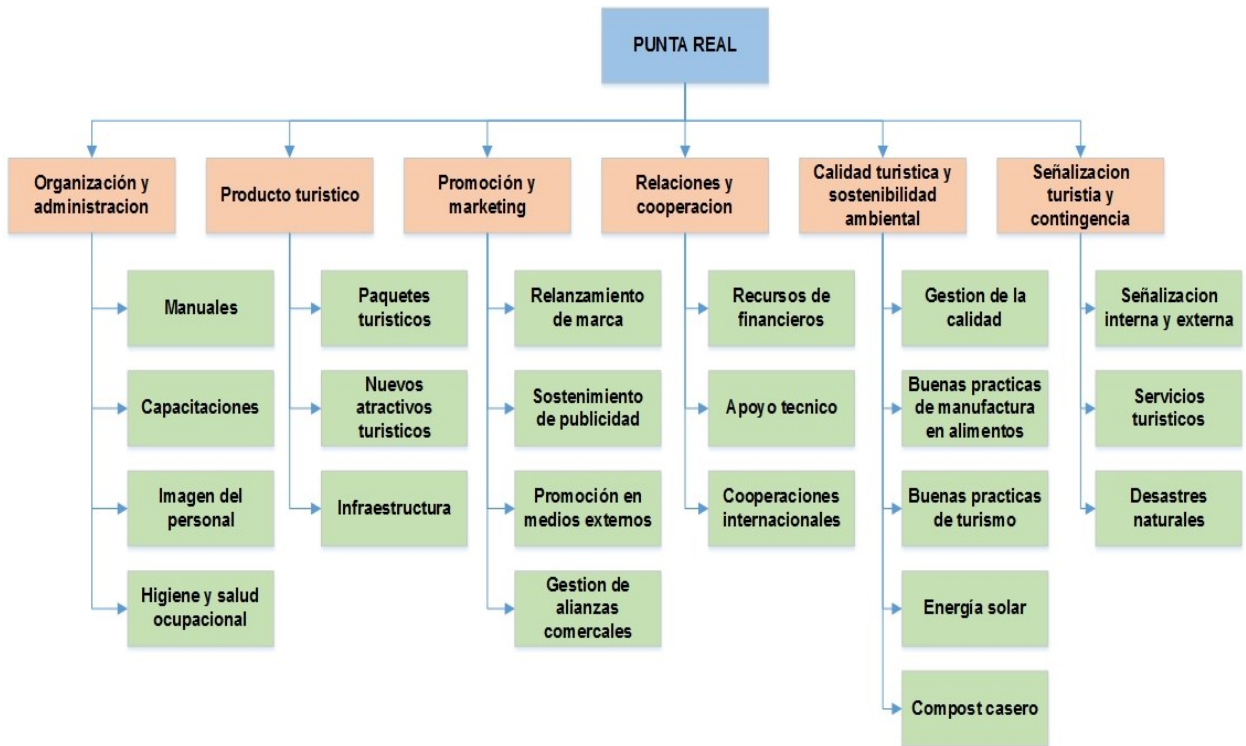


Diagrama 47 Estructura de Desglose de Trabajo

D. DESCRIPCIÓN DE LOS ENTREGABLES



Diagrama 48 Desglose de Entregables

A continuación se realiza la descripción de los entregables que componen la Administración del Proyecto:

ENTREGABLE	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO
Organización y administración	Este entregable busca la implementación de manuales de organización y procedimientos del Centro ecoturístico Punta Real, además de las capacitaciones necesarias, el mejoramiento de la imagen del personal y la higiene y seguridad ocupacional.	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de manual de organización y procedimientos. • Capacitación del personal. • Mejoramiento de la imagen del personal. • Establecer estrategias para mantener la seguridad del personal
Producto turístico	Este entregable busca la innovación de nuevos atractivos turísticos así como el diseño de paquetes turísticos y mejoramiento de la infraestructura actual en el Centro Ecoturístico	<ul style="list-style-type: none"> • Mejoramiento e incorporación de atractivos turísticos. • Diseño de paquetes turísticos para la prestación de servicios. •
Promoción y marketing	Este entregable pretende abordar aquellas actividades necesarias para el relanzamiento de la marca, la sostenibilidad de la publicidad y la gestión de alianzas.	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de la publicidad por medios digitales. • Gestión de alianzas con tour operadores, lancheros y negocios de la zona •
Relaciones y cooperación	En este entregable se pretende llevar a cabo estrategias para la obtención de recursos financiero, apoyo técnico y cooperaciones institucionales.	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de estrategias necesarias para la obtención de recursos financieros. • Realizar las acciones necesarias para la obtención de apoyo técnico y cooperaciones de instituciones.
Calidad turística y sostenibilidad ambiental.	Este entregable incluye la implementación de un sistema de gestión de calidad turística, la implementación de buenas prácticas de manufactura enfocada en la elaboración de alimentos y buenas prácticas de turismo. Incluye la expansión de energía solar, el reciclaje de desechos sólidos orgánicos por medio de un compost casero y la implementación de huertos	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar un sistema de gestión de la calidad turística • Implementar buenas prácticas de manufactura en alimentos y buenas prácticas de turismo. • Expansión de energía solar en el Centro Ecoturístico Punta Real. •

	caseros.	
Señalización turística y contingencia	Este entregable incluye la señalización tanto interna como externa del Centro Ecoturístico Punta Real, también incluye líneas estratégicas para el funcionamiento normal del Centro Ecoturístico Punta Real.	<ul style="list-style-type: none"> • Señalizar tanto interno como externo el Centro Ecoturístico Punta Real • Implementar estrategias para contingencias en servicios como en caso de riesgos de tsunamis.

Tabla 525 Descripción de Entregable

E. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

N°	Actividad	Descripción	Precedencia	Duración normal (días)
1.	A1	Charla al personal.	C4	6
2.	A2	Implementación de manual de organización (asignación de responsabilidades).	A1	30
3.	A3	Implementación de manual de procedimientos	A2	25
Capacitaciones				
	Actividad	Descripción	Precedencia	Duración (días)
4.	B1	Selección del personal a capacitar	M3	2
5.	B2	Capacitación en atención al cliente	B1	5
6.	B3	Capacitación para hacer comidas a base de coco	B2	5
7.	B4	Capacitación de Bar tender	B3	5
8.	B5	Capacitación en senderismo	B1	5
9.	B6	Capacitación en servicio de Spa	B2	5
10	B7	Capacitación para compost casero	B1	5
11	B8	Capacitación para huerto casero	B7	5
12	B9	Capacitación para Bisutería.	B2	5

13	B10	Capacitación en primeros auxilios.	B1	5
Imagen del personal				
	Actividad	Descripción	Precedencia	Duración (días)
14	C1	Elaboración de uniformes para el personal que labora en las instalaciones.	L4, J2	10
15	C2	Charla al personal.	C1	2
16	C3	Entrega de material personalizado al personal del Centro Ecoturístico Punta Real	C2	2
17	C4	Diseño e implementación de reglamento interno para el Centro Ecoturístico Punta Real.	C3	16
Higiene y salud ocupacional				
	Actividad	Descripción	Precedencia	Duración (días)
18	D1	Charla y capacitaciones al personal del Centro Ecoturístico Punta Real.	A3	5
19	D2	Implementación de manual de prevención de riesgos laborales.	D1	25
Paquetes turísticos				
	Actividad	Descripción	Precedencia	Duración (días)
20	E1	Impresión de paquetes turísticos	G6	4
21	E2	Distribución de paquetes turísticos	E1	10
Nuevos atractivos turísticos				
22	F1	Incorporación de nuevos platillos	B3	4
23	F2	Incorporación de área de juego para niños	B2	15
24	F3	Incorporación de deportes acuáticos	B10	25
25	F4	Incorporación de senderismo	B5	90

26	F5	Incorporación de estación de boquitas y bebidas	B3	20
27	F6	Incorporación de estación de raspados	B3	15
28	F7	Incorporación de área de descanso	B2	15
29	F8	Incorporación de centro de interpretación ambiental	B2	15
30	F9	Incorporación de estación de bar	B4	20
31	F10	Incorporación de estación de Spa	B6	15
Mejoramiento de la Infraestructura				
	Actividad	Descripción	Precedencia	Duración (días)
32	G1	Mejoramiento de gradas, baños y duchas	L4	7
33	G2	Ampliación del muelle	G1	15
34	G3	Ampliación de cocina	G2	15
35	G4	Habilitación de Bungalow	G3	7
36	G5	Reparación de Sombrillero	G4	5
37	G6	Mejoramiento de piscina y cancha de futbol playa	G5	10
Relanzamiento de marca				
	Actividad	Descripción	Precedencia	Duración (días)
38	H1	Relanzamiento de nueva marca	--	60
39	H2	Registro de marca	H1	30
Sostenimiento de publicidad				
	Actividad	Descripción	Precedencia	Duración (días)
40	I1	Implementación de estrategia de sorteos en redes sociales	H2	5

41	I2	Publicidad impresa	I1	5
42	I3	Diseño de sitio web	I2	20
Promoción en medios externos				
	Actividad	Descripción	Precedencia	Duración (días)
43	J1	Promocionarse en ferias turísticas	H2	5
44	J2	Incorporación de viajes de familiarización	J1	5
Gestión de alianzas comerciales				
	Actividad	Descripción	Precedencia	Duración (días)
45	K1	Búsqueda de tour operadores que operen en la zona	D2	3
46	K2	Crear alianzas con tour operadores de la zona	K1	5
47	K3	Búsqueda con lancharos de la zona	K2	3
48	K4	Crear alianza con lancharos de la zona	K3	5
49	K5	Crear alianzas con negocios de los alrededores	K4	5
Recursos financieros				
	Actividad	Descripción	Precedencia	Duración (días)
50	L1	Identificación de instituciones que brindan apoyo por medio de donaciones	--	15
51	L2	Solicitar donaciones	L1	90
52	L3	Establecer relaciones con universidades	L2	5
53	L4	Presentar propuesta de negocios en concursos de instituciones que apoyen las iniciativas de turismo.	L3	30
Apoyo técnico				

	Actividad	Descripción	Precedencia	Duración (días)
54	M1	Identificación de instituciones que brinden apoyo técnico	H2	5
55	M2	Coordinar con instituciones que brinden apoyo técnico	M1	5
56	M3	Establecer relaciones con el Ministerio de Turismo	M2	5
Cooperaciones internacionales				
	Actividad	Descripción	Precedencia	Duración (días)
57	N1	Coordinar relaciones con la Policía Nacional Civil	K5	5
58	N2	Coordinar relaciones con la Alcaldía de Puerto El Triunfo	N1	5
59	N3	Coordinar relaciones con la Fuerza Naval	N2	5
Gestión de la calidad				
	Actividad	Descripción	Precedencia	Duración (días)
60	O1	Implementación de sistema de Gestión de la Calidad	V2	25
61	O2	Implementación de programa de mantenimiento de instalaciones	O1	5
Seguridad turística				
	Actividad	Descripción	Precedencia	Duración (días)
62	P1	Adquisición de botiquín de primeros auxilios	E2	10
63	P2	Adquisición de extintores	P1	10
64	P3	Implementación de medidas de prevención de incendios	P2	15

65	P4	Implementación de programa de inspección de instalaciones	P3	15
Buenas prácticas de manufactura en alimentos				
	Actividad	Descripción	Precedencia	Duración (días)
66	Q1	Charla al personal que elabora los alimentos	V2	3
67	Q2	Implementación de buenas prácticas de manufactura en alimentos	Q1	5
68	Q3	Implementación de formato de control de registro de ingredientes	Q2	3
69	Q4	Implementación de formato para análisis de peligros	Q3	3
Buenas prácticas de turismo				
	Actividad	Descripción	Precedencia	Duración (días)
70	R1	Charla al personal del Centro Ecoturístico Punta Real	O2	3
71	R2	Implementación de buenas prácticas de turismo	R1	5
Energía solar				
	Actividad	Descripción	Precedencia	Duración (días)
72	S1	Cotización de sistemas fotovoltaicos para techos	V2	15
73	S2	Adquisición e instalación de sistema fotovoltaicos para techos	S1	15
74	S3	Instalación de sistema fotovoltaicos en techos	S2	30
Compost casero				
	Actividad	Descripción	Precedencia	Duración (días)

75	T1	Creación de compost casero	S3, P4	5
76	T2	Ubicación de compost casero	T1	2
Huerto casero				
	Actividad	Descripción	Precedencia	Duración (días)
77	U1	Creación de huerto casero	T2	5
78	U2	Ubicación de huerto casero	U1	2
Señalización turística y contingencia				
	Actividad	Descripción	Precedencia	Duración (días)
79	V1	Adquisición de señales de prevención, prohibición y informativas	B6, B8, F2, F3, F4, F5, F6, F7, F8, F9, F10	5
80	V2	Ubicación de señales	V1	5
81	V3	Implementación de medidas para contingencia en servicios	V2	25
82	V4	Implementación de medidas para contingencias ante desastres naturales	V3	30

Tabla 526 Descripción de las Actividades del ADP

F. RED DEL PROYECTO

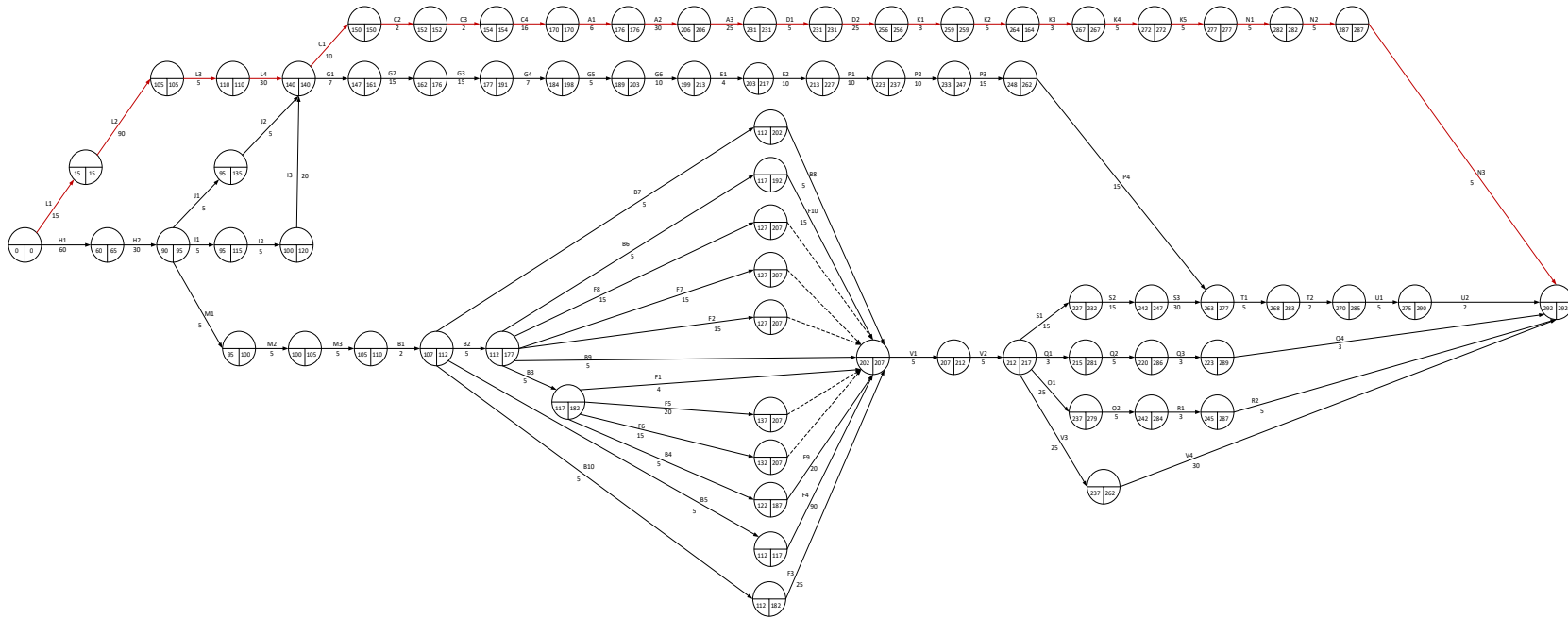


Ilustración 274 Red del plan

Duración	292 días, aproximadamente 10 meses
Actividades	82 actividades, de las cuales 21 son criticas lo que nos indica que el porcentaje de criticidad es del aproximadamente el 26%
Ruta crítica	L1, L2, L3, L4, C1, C2, C3, C4, A1, A2, A3, D1, D2, K1, K2, K3, K4, K5, N1, N2, N3.

Tabla 527 Informacion de la Red del ADP

G. CALCULO DE LA HOLGURA

Para el cálculo de la holgura de cada actividad es necesario conocer el inicio y final más temprano, también el inicio y final más tardío, a continuación se presenta la holgura total de cada actividad:

Numero	Actividad	Criticas	Duración (días)	Inicio más temprano	Final más temprano	Inicio más tardío	Final más tardío	Holgura total
1	A1	Si	6	170	176	170	176	0
2	A2	Si	30	176	206	176	206	0
3	A3	Si	25	206	231	206	231	0
4	B1	NO	2	105	107	116	118	11
5	B2	NO	5	107	112	178	183	71
6	B3	No	5	112	117	183	188	71
7	B4	No	5	117	122	188	193	71
8	B5	No	5	107	112	118	123	11
9	B6	No	5	112	117	193	198	81
10	B7	No	5	107	112	203	208	96
11	B8	No	5	112	117	208	213	96
12	B9	No	5	112	117	292	297	180
13	B10	No	5	107	112	183	188	76
14	C1	Si	10	140	150	140	150	0
15	C2	Si	2	150	152	150	152	0
16	C3	Si	2	152	154	152	154	0
17	C4	Si	16	154	170	154	170	0
18	D1	Si	5	231	236	231	236	0
19	D2	Si	25	236	261	236	261	0

20	E1	No	4	199	203	219	223	20
21	E2	No	10	203	213	223	233	20
22	F1	No	4	117	121	293	297	176
23	F2	No	15	112	127	198	213	86
24	F3	No	25	112	137	188	213	76
25	F4	No	90	112	202	123	213	11
26	F5	No	20	117	137	193	213	76
27	F6	No	15	117	132	198	213	81
28	F7	No	15	112	127	198	213	86
29	F8	No	15	112	127	198	213	86
30	F9	No	20	122	142	193	213	71
31	F10	No	15	117	132	198	213	81
32	G1	No	7	140	147	160	167	20
33	G2	No	15	147	162	167	182	20
34	G3	No	15	162	177	182	197	20
35	G4	No	7	177	184	197	204	20
36	G5	No	5	184	189	204	209	20
37	G6	No	10	189	199	209	219	20
38	H1	No	60	0	60	11	71	11
39	H2	No	30	60	90	71	101	11
40	I1	No	5	90	95	267	272	177
41	I2	No	5	95	100	272	277	177
42	I3	No	20	100	120	277	297	177
43	J1	No	5	90	95	130	135	40

44	J2	No	5	95	100	135	140	40
45	K1	Si	3	261	264	261	264	0
46	K2	Si	5	264	269	264	269	0
47	K3	Si	3	269	272	269	272	0
48	K4	Si	5	272	277	272	277	0
49	K5	Si	5	277	282	277	282	0
50	L1	Si	15	0	15	0	15	0
51	L2	Si	90	15	105	15	105	0
52	L3	Si	5	105	110	105	110	0
53	L4	Si	30	110	140	110	140	0
54	M1	No	5	90	95	101	106	11
55	M2	No	5	95	100	106	111	11
56	M3	No	5	100	105	111	116	11
57	N1	Si	5	282	287	282	287	0
58	N2	Si	5	287	292	287	292	0
59	N3	Si	5	292	297	292	297	0
60	O1	No	25	212	237	259	284	47
61	O2	No	5	237	242	284	289	47
62	P1	No	10	213	223	233	243	20
63	P2	No	10	223	233	243	253	20
64	P3	No	15	233	248	253	268	20
65	P4	No	15	248	263	268	283	20
66	Q1	No	3	212	215	283	286	71
67	Q2	No	5	215	220	286	291	71

68	Q3	No	3	220	223	291	294	71
69	Q4	No	3	223	226	294	297	71
70	R1	No	3	242	245	289	292	47
71	R2	No	5	245	250	292	297	47
72	S1	No	15	212	227	223	238	11
73	S2	No	15	227	242	238	253	11
74	S3	No	30	242	272	253	283	11
75	T1	No	5	272	277	283	288	11
76	T2	No	2	277	279	288	290	11
77	U1	No	5	279	284	290	295	11
78	U2	No	2	284	286	295	297	11
79	V1	No	5	202	207	213	218	11
80	V2	No	5	207	212	218	223	11
81	V3	No	25	212	237	242	267	30
82	V4	No	30	237	267	267	297	30

Tabla 528 Holgura Total de cada Actividad



Ilustración 275 Holguras en Proyectos

H. ORGANIZACIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO

El objetivo para el cual se propone una organización, es para facilitar la programación de cada una de las actividades que componen el plan de desarrollo turístico y establecer cualquier tipo de acción correctiva antes que el proyecto empiece a funcionar, en caso de que los resultados no sean los esperados.

Estructura organizativa

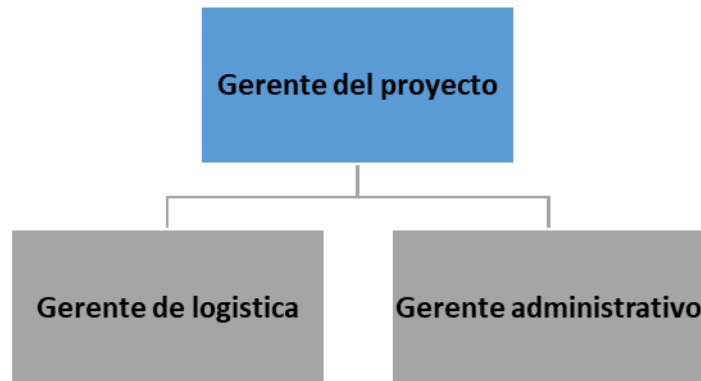


Diagrama 49 Estructura Jerarquica para el ADP

El personal necesario para llevar a cabo la administración del proyecto del Plan de desarrollo turístico será un gerente del proyecto, un Gerente administrativo y uno de logística.

A continuación se presenta las funciones del personal que llevara la administración del proyecto del plan de desarrollo turístico:

Gerente del proyecto	Encargado de velar por el cumplimiento de los objetivos y el adecuado desarrollo de las actividades en general. Además debe coordinar esfuerzos con las diversas partes relacionadas, así como de realizar los controles respectivos de los avances del proyecto y de logro de metas del mismo. También debe supervisar la coordinación de la obra civil.
Gerente de logística	Se encargara de todo lo relacionado a la logística que permita que el proyecto se realice según lo planeado, además de los trámites necesarios y el equipamiento.
Gerente administrativo	Se encargara de todo lo relacionado a la administración del proyecto que permita se desarrolle según lo planeado, estará a cargo de la compra de mobiliario y equipo.

Tabla 529 Funciones del Personal para la Administracion del Proyecto

I. EVALUACION DE RIESGOS PARA LA IMPLANTACION

Para toda actividad que se quiera ejecutar siempre existirá algún tipo de riesgo, es por ello que se debe siempre anticipar en que riesgos presentara la ejecución de una actividad determinada. A continuación se presenta las actividades a considerar para la planificación de los riesgos:

Número de actividades críticas	21 actividades del total que son 82
Actividades de la ruta crítica	L1, L2, L3, L4, C1, C2, C3, A1, A2, A3, D1, D2, K1, K2, K3, K4, K5, N1, N2, N3.

Tabla 530 Información de entrada para la planificación de riesgos

A continuación se presenta las actividades que corresponden a la ruta crítica del proyecto:

Numero	Código	Actividades de la ruta crítica
1	L1	Identificación de instituciones que brindan apoyo por medio de donaciones
2	L2	Solicitar donaciones
3	L3	Establecer relaciones con universidades
4	L4	Presentar propuesta de negocios en concursos de instituciones que apoyen las iniciativas de turismo.
5	C1	Elaboración de uniformes para el personal que labora en las instalaciones.
6	C2	Charla al personal.
7	C3	Entrega de material personalizado al personal del Centro Ecoturístico Punta Real
8	C4	Diseño e implementación de reglamento interno para el Centro Ecoturístico Punta Real.
9	A1	Charla al personal.
10	A2	Implementación de manual de organización
11	A3	Implementación de manual de procedimientos
12	D1	Charla y capacitaciones al personal del Centro Ecoturístico Punta Real.
13	D2	Implementación de manual de prevención de riesgos laborales
14	K1	Búsqueda de tour operadores que operen en la zona
15	K2	Crear alianzas con tour operadores de la zona
16	K3	Búsqueda con lancheros de la zona
17	K4	Crear alianza con lancheros de la zona
18	K5	Crear alianzas con negocios de los alrededores
19	N1	Coordinar relaciones con la Policía Nacional Civil
20	N2	Coordinar relaciones con la Alcaldía de Puerto El Triunfo
21	N3	Coordinar relaciones con la Fuerza Naval

Tabla 531 Actividades de la ruta crítica

Identificación de riesgos

RIESGO		DESCRIPCIÓN
R001	No encontrar instituciones que apoyen el proyecto.	No encontrar instituciones que brinden apoyo por el tipo de turismo, ya que la zona es una reserva natural protegida.
R002	No recibir donaciones de las instituciones a las que se les solicite.	No recibir donaciones de parte de las instituciones donantes, debido al tipo de turismo que se quiere impulsar en la zona.
R003	No establecer ninguna relación con universidades.	No poder establecer ninguna relación con universidades para poder recibir apoyo técnico.
R004	La propuesta no gane ningún concurso para recibir apoyo.	La propuesta de negocio no gane ningún concurso de instituciones que apoyen las iniciativas de turismo.
R005	El proveedor no cumpla con las especificaciones de requerimientos.	El proveedor que elabore los uniformes no tenga la capacidad para cumplir con las especificaciones
R006	Poca involucración de los puestos claves para la implementación de los manuales	Los puestos claves no se involucren en su totalidad en la implementación de manuales.
R007	Poca motivación del personal para adaptarse a los cambios	El personal no este motivado, dificultando la implementación de los manuales.
R008	Entrega tardía del material personalizado.	El proveedor del material personalizado para el personal que labora en el Centro Ecoturístico no cumpla con la fecha de entrega del material personalizado.
R009	El proveedor no cumpla con las especificaciones del material personalizado	El proveedor no sea capaz de entregar el material personalizado con las especificaciones.
R010	El expositor no asista a la charla	El expositor que dará la charla esté ausente y la charla no pueda llevarse a cabo.
R011	No encontrar tour operadores que operen en la zona	En la Punta San Juan del Gozo y alrededores no operen tour operadores
R012	No encontrar lancheros que operen en la zona	La Punta San Juan se encuentra a una gran distancia del Puerto El Triunfo, es por ello que existe la posibilidad de que no operen muchos lancheros en la zona.

Tabla 532 Identificación de riesgos

Análisis cualitativo de los riesgos

El análisis cualitativo prioriza los riesgos identificados utilizando su probabilidad de ocurrencia, el correspondiente impacto en los objetivos del proyecto, así como otros factores tales como tiempo y costos.

Una vez que se tiene el registro de todos los riesgos se procede a ordenarlos según un criterio de prioridad y así enfocarse en los más importantes.

Para establecer esta prioridad se utilizara la asignación de rango o calificaciones en base a las escalas siguientes:

Probabilidad	Valor	Impacto	Valor
Muy Probable	0.9	Muy Alto	0.8
Bastante Probable	0.7	Alto	0.4
Probable	0.5	Moderado	0.2
Poco Probable	0.3	Bajo	0.1
Muy poco probable	0.1	Muy Bajo	0.05

Tabla 533 Probabilidad e Impactos

Para la asignación del rango se utilizara la probabilidad por el impacto para cada uno de los riesgos y acorde a los resultados de la multiplicación, utilizamos la siguiente tabla para determinar el color correspondiente a cada riesgo según el rango en el que se encuentra.

Marcador de riesgo para un riesgo específico (Pxl)						
Impacto Probabilidad	Muy Bajo 0.05	Bajo 0.1	Moderado .2	Alto .4	Muy Alto .8	
0.9	0.05	0.09	0.18	0.36	0.72	
0.7	0.04	0.07	0.14	0.28	0.66	
0.5	0.03	0.05	0.10	0.20	0.40	
0.3	0.02	0.03	0.06	0.12	0.24	
0.1	0.01	0.01	0.02	0.04	0.08	

Tabla 534 Marcador de riesgos

RIESGO	RANGOS
Alta	0.99 - 0.18
Moderado	0.17 - 0.05
Bajo	0.04 - 0.01

Tabla 535 Rango de los Riesgos

CÓDIGO	RIESGO	PROBABILIDAD	IMPACTO	RANGO	MARCADOR DE RIESGO
R001	No encontrar instituciones que apoyen el proyecto.	0.5	0.4	0.20	
R002	No recibir donaciones de las instituciones a las que se les solicite.	0.5	0.4	0.20	
R003	No establecer ninguna relación con universidades.	0.3	0.1	0.03	
R004	La propuesta no gane ningún concurso para recibir apoyo.	0.5	0.4	0.20	
R005	El proveedor no cumpla con las especificaciones de requerimientos.	0.3	0.2	0.06	
R006	Poca involucración de los puestos claves para la implementación de los manuales	0.4	0.2	0.08	
R007	Poca motivación del personal para adaptarse a los cambios	0.4	0.2	0.08	
R008	Entrega tardía del material personalizado.	0.3	0.2	0.06	
R009	El proveedor no cumpla con las especificaciones del material personalizado	0.3	0.2	0.06	
R010	El expositor no asista a la charla	0.3	0.2	0.06	
R011	No encontrar tour operadores que operen en la zona	0.3	0.4	0.12	
R012	No encontrar	0.3	0.4	0.12	

	lancheros que operen en la zona				
--	---------------------------------	--	--	--	--

Tabla 536 Riesgos del proyecto

Teniendo una priorización de riesgos en el análisis cualitativo anterior y tomando en cuenta el valor de la probabilidad de ocurrencia por el impacto dando como resultado el rango del riesgo se procede a efectuar un análisis cuantitativo. Se debe recordar que las estrategias de respuestas a los riesgos pueden de las siguientes 4 formas:

1. Eliminar/Explotar.

- Cambiar el plan de gestión del proyecto para eliminar la amenaza.
- Aislar los objetivos del proyecto de los impactos del riesgo
- Relajar el objetivo que está en peligro.

2. Transferir/Compartir

Implica trasladar el impacto negativo de una amenaza, junto con la propiedad de la respuesta a un tercero.

- Le da a la otra parte la responsabilidad de la gestión no lo elimina.
- Se usa frecuentemente cuando existe exposición al riesgo financiero.
- Es necesario pagar una prima de riesgo a la parte que toma el riesgo.

3. Mitigar, Mejorar

Implica reducir la probabilidad y/o el impacto de un evento de riesgo adverso a un umbral aceptable.

- Reducción de la probabilidad de ocurrencia
- Adoptar acciones tempranas es mejor que reparar los daños.
- Adoptar procesos menos complejos
- Seleccionar un proveedor estable
- Reducción del impacto del riesgo.
- Diseño de sistemas redundantes, para fallas del sistema original.

4. Aceptar.

Se acepta el riesgo ya que no repercute en gran manera al proyecto.

A continuación se presenta la tabla del análisis cuantitativo detallado de los riesgos:

MATRIZ DE RIESGOS DE LA ADMINISTRACION DEL PROYECTO

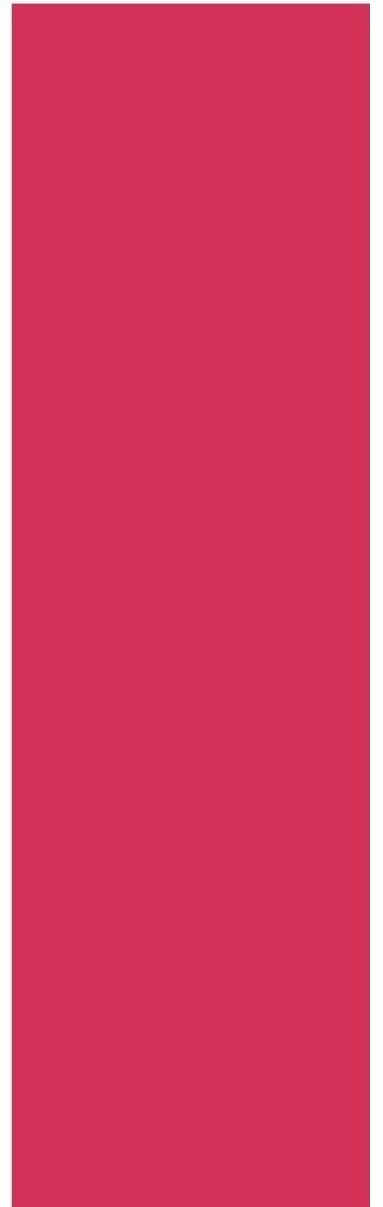
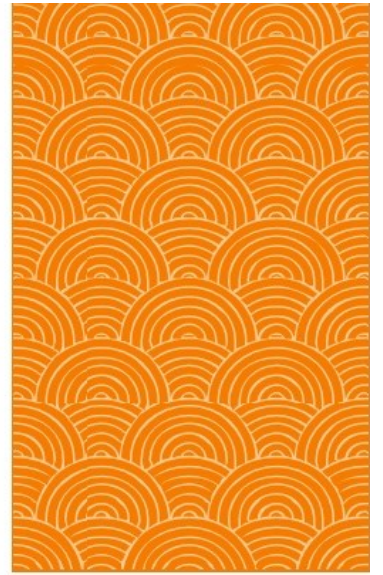
Código	Riesgo	Relacion con la ruta critica	Probabilidad	Impacto	Rango	Marcador de riesgo	Estrategia y acción preventiva
R001	No encontrar instituciones que apoyen el proyecto.	L1	0.5	0.4	0.20		Mitigar: buscar otras alternativas para recibir apoyo.
R002	No recibir donaciones de las instituciones a las que se les solicite.	L2	0.5	0.4	0.20		Mitigar: buscar otras alternativas para recibir apoyo financiero por medio de créditos
R003	No establecer ninguna relación con universidades.	L3	0.3	0.1	0.03		Aceptar
R004	La propuesta no gane ningún concurso para recibir apoyo.	L4	0.5	0.4	0.20		Mitigar: Buscar otras alternativas para recibir apoyo.
R005	El proveedor no cumpla con las especificaciones de requerimientos.	C1	0.3	0.2	0.06		Mitigar: seleccionar proveedores que con excelente reputación y años de experiencia en el área.
R006	Poca involucración de los puestos claves para la implementación de los manuales	A2	0.4	0.2	0.08		Mitigar: motivar al personal de los puestos claves.

PLAN DE DESARROLLO TURISTICO PARA LA COOPERATIVA PUNTA REAL DE R.L.

R007	Poca motivación del personal para adaptarse a los cambios.	A3	0.4	0.2	0.08		Mitigar: motivar al personal de los puestos claves.
R008	Entrega tardía del material personalizado.	C3	0.3	0.2	0.06		Mitigar: buscar proveedores con años de experiencia en el área y con excelente reputación.
R009	El proveedor no cumpla con las especificaciones del material personalizado	C3	0.3	0.2	0.06		Mitigar: buscar proveedores con años de experiencia en el área.
R010	El expositor no asista a la charla	C2, A1	0.3	0.2	0.06		Mitigar: asegurar la asistencia del expositor manteniendo un contacto constante.
R011	No encontrar tour operadores que operen en la zona	K2, K3	0.3	0.4	0.12		Mitigar: buscar tour operadores que operen en turismo sol y playa.
R012	No encontrar lancheros que operen en la zona	K3, K4	0.3	0.4	0.12		Aceptar

Tabla 537 Matriz de riesgos

CONCLUSIONES

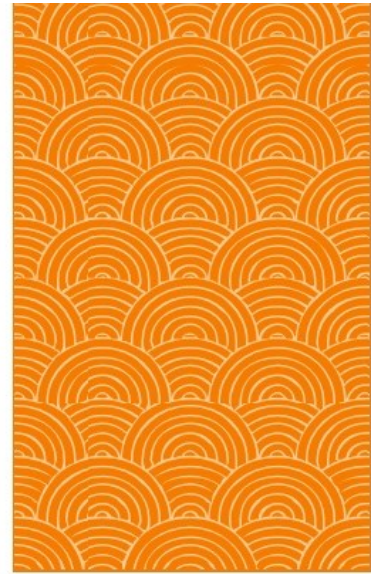


CONCLUSIONES

- En la Indagación del marco contextual, se determinó las legislaciones involucradas en el turismo y la Bahía de Jiquilisco, además de los proyectos que el gobierno está impulsando en la zona.
- La zona de estudio cuenta con muchos recursos turísticos con potencial de poder ser convertidos en atractivos turísticos, y de esta manera generar alternativas para el desarrollo turístico, dinamizando la economía y beneficiando a las familias que habitan en la zona.
- Se realizó un inventario turístico para la zona de estudio y de los alrededores, donde se registró en fichas las características de los recursos turísticos, además se evaluaron dichos atractivos para seleccionar aquellos con potencial de ser convertidos en atractivos turísticos y motivar una corriente turística.
- Para el estudio del mercado consumidor, en la cual se determinó las preferencias y gustos de los consumidores potenciales tanto familias como jóvenes, en la cual se realizó para las 3 zonas del país, occidente, central y oriental.
- Se realizó la estimación de la cantidad de turistas que arriban en el Puerto El Triunfo, puerto principal de la Bahía de Jiquilisco, en la cual se determinó que 63,340 turistas la visitaron al final del año 2016, además se determinó la objetividad de dicha estimación realizando un análisis de los turistas que reciben las rutas turísticas de El Salvador y de algunos destinos turísticos.
- Se llevó a cabo la proyección de la demanda de turistas, tomando como base la cantidad de turistas que visitaron el Malecón del Puerto El Triunfo, donde se proyectó para los siguientes 5 años.
- Se identificaron algunas instituciones que apoyan las iniciativas de turismo en la Bahía de Jiquilisco, además de los proyectos que estas instituciones han impulsado en la zona.
- Se diseñó un Programa de organización y administración, donde se propuso un modelo organizativo para el funcionamiento del Centro Ecoturístico Punta Real, así como las capacitaciones que el personal debe recibir para mejorar sus conocimientos, reforzando su nivel de educación.
- Se diseñaron los paquetes turísticos para el programa de producto turístico dando como resultado el paquete básico, el paquete pase del día, paquete todo incluido y el paquete Premium.
- Se logró diseñar los espacios requeridos de las áreas que se van a incorporar y las que solamente se van a mejorar del proyecto de mejoramiento de la infraestructura.

- Se establecieron ideas en mobiliario que son eco amigable con el ambiente y que contribuyen al reciclaje así como el diseño de la compostadora casera y el huerto casero.
- Se realizaron todos los diseños que podrán ser utilizados para realizar las labores de promoción y marketing ya sea de forma digital o impresa.
- Se diseñaron instrumentos para medir la satisfacción del turista y de esta manera identificar puntos de mejora, y prestar un servicio de calidad, además se diseñaron instrumentos para el chequeo y registro de las condiciones en que se encuentran las instalaciones y equipos del Centro Ecoturístico Punta Real.
- Se pudieron aplicar durante el diseño de los diferentes programas y proyectos técnicas de ingeniería industrial tales como proyecciones de venta, la creación de diferentes manuales, aplicación de distribución en planta, mercadeo, diagramas de flujo, plano del servicio, planeación estratégica entre otras.
- Se alcanzaron los objetivo generales planteados al inicio del diseño pudiendo establecer los diferentes manuales requeridos, diseños, estrategias a seguir y sobre trabajar en una solución que permitirá no solo el crecimiento de la Cooperativa sino también de la comunidad ya que estos fueron tomados en consideración al momento de diseñar algunos programas.
- A partir de la evaluación económica realizada para el proyecto, por medio de los indicadores se determinó que el plan de desarrollo turístico es rentable y que la inversión se recuperara.
- Por medio de la evaluación ambiental en la cual se aplicó la técnica de Matriz de Leopold se concluye que el proyecto es viable ambientalmente, y que con medidas de mitigación o prevención para las actividades que generan contaminación se puede contribuir al preservar los recursos naturales de la zona.
- Por medio de la evaluación socio económica se determino que el plan de desarrollo turístico generara empleo para la comunidad, además de la contribución a la educación por medio de las capacitaciones en huertos caseros, compost caseros, talleres artesanales, capacitación para atención al cliente y norma de higiene y seguridad alimentaria.

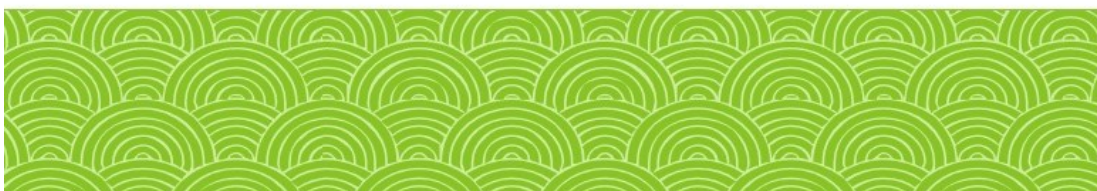
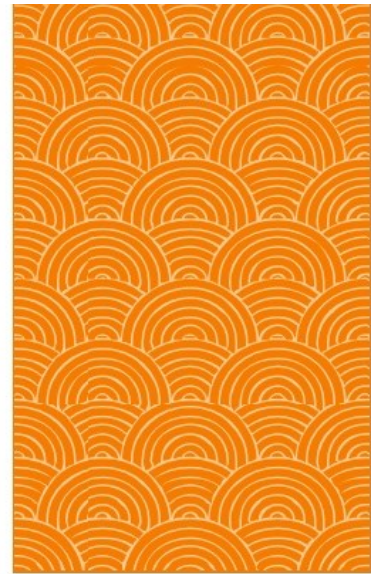
RECOMENDACIONES



RECOMENDACIONES

- Para el diseño e incorporación de nuevas actividades turísticas se debe tomar como punto de partida los resultados de preferencias y gustos de los turistas encontrados en el mercado consumidor.
- Para el diseño de nueva infraestructura se debe tomar en cuenta el uso de materiales que no perjudiquen de manera negativa el medio ambiente, ya que la zona es una reserva natural.
- Tomar en consideración aspectos ambientales tales como formas de reciclaje, métodos de purificación de agua, aprovisionamiento de servicios básicos como energía eléctrica por medio de paneles solares y agua potable.
- Incorporar actividades turísticas que promuevan el turismo ecológico, la protección de la biodiversidad y el uso adecuado de los recursos turísticos de la zona.
- Crear medios digitales como páginas web, donde los turistas puedan interactuar con el personal del Centro Ecoturístico.
- Realizar la unión de los requerimientos de cada proyecto y generar una lista de requerimiento para cada programa en general y colocar en el recurso humano cuando estos se repiten entre los programas y proyectos.
- Realizar el costeo directo ya que este involucra los costos directos y los costos indirectos para realizar las correspondientes evaluaciones de forma más simplificada.
- En los proyectos donde se repiten requerimientos como resmas de papel bong, impresiones, uso de material o equipo especificar si este ya está siendo costeado en otro programa o proyecto.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS



REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- DefinicionABC – Plan de Desarrollo
<http://www.definicionabc.com/negocios/plan-desarrollo.php>
- Definiciones.De – Plan de Desarrollo
<http://definicion.de/plan-de-desarrollo/>
- Gestiones de Destinos Turísticos – El Sistema Turístico
<http://cloudtourism.pbworks.com/w/page/16041347/1-8%20El%20Sistema%20Tur%3%ADstico%3A%20Definici%C3%B3n%2C%20composici%C3%B3n%2C%20interacciones>
- Entorno de Turismo – Elementos del Sistema Turístico
<http://www.entornoturistico.com/los-5-elementos-del-sistema-turistico/>
- Marketing Turísticos
<http://marketingturistico1796.blogspot.com/2016/05/caracteristicas-del-producto-turistico.html>
- Bussiness School – Diamante de Porter
<http://www.obs-edu.com/int/blog-investigacion/direccion-general/diamante-de-porter-componentes-usos-y-beneficios>
- Gestipolis – Las Cinco Fuerzas de Porter
<https://www.gestipolis.com/modelo-competitividad-cinco-fuerzas-porter/>
- Cliente Misterioso
https://es.wikipedia.org/wiki/Cliente_misterioso
- APDC Check- List
<http://www.pdcahome.com/check-list/>
- Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)
http://www.cis.es/cis/opencms/ES/1_encuestas/ComoSeHacen/queesunaencuesta.html
- Conceptos.es
<http://concepto.de/que-es-entrevista/#ixzz4h6JHwZIT>
- Gestipolis – Diamante de Porter
<https://www.gestipolis.com/el-diamante-de-porter-y-el-ciclo-de-vida-del-producto/>
- El Salvador Un Destino Encantador
Plan Quinquenal de Turismo 2014 – 2019 / Ministerio de Turismo de El Salvador

- Antecedentes de los ODS / Programa de las Naciones Unidas Para El Desarrollo (PNUD)
<http://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/background.html>
- Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo / Organización Mundial de Turismo
<http://media.unwto.org/es/press-release/2017-01-16/2017-ano-internacional-del-turismo-sostenible-para-el-desarrollo>
- Aportación del Turismo a los ODS / INNOVATUR
<http://www.innovtur.com/la-aportacion-del-turismo-a-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible-ods/>
- Bahía de Jiquilisco
<http://www.elsalvadorturismo.com.sv/turismoelsalvador/areasnaturales/bahia-de-jiquilisco/>
- Bahía de Jiquilisco lugares turísticos
<http://loslugaresturisticosdeelsalvador1204.blogspot.com/p/la-bahia-de-jiquilisco.html>
- Bahía de Jiquilisco / MARN
<http://www.marn.gob.sv/sitio-ramsar-complejo-bahia-de-jiquilisco/>
- Conceptos Generales de Turismo
<https://es.slideshare.net/zulieth/conceptos-generales-de-turismo>
- Definiciones de Turismo (2014)
<https://es.slideshare.net/fatimacordova/definiciones-de-turismo-diferentes-s-autores-diferente>
- Dato actualizado del turismo y gasto turístico
<http://www.economista.net/2017/01/09/turistas-gastaron-en-el-salvador-50-millones-en-fin-de-ano>
- Dato de la proyección del aporte al PIB del turismo en 2017
<http://www.dinero.com.sv/es/econom%C3%ADa/item/2235-turismo-representa-4-51-del-pib-en-el-salvador.html>
- El turismo en 2017 según la Organización Mundial de Turismo (OMT)
<http://www2.unwto.org/es/press-release/2017-01-17/el-turismo-internacional-mantiene-un-crecimiento-sostenido-pese-las-dificul>
- Historia del Turismo / Patricia Dueñas (2011)
<https://es.slideshare.net/paduecas/historia-del-turismo-7900349>

- Historia del Turismo / Alex Reix (2014)
<https://prezi.com/miiy-pgdvwz/historia-del-turismo/>
- Mapa de la Bahía de Jiquilisco
https://es.wikipedia.org/wiki/Bah%C3%ADa_de_Jiquilisco#/media/File:Bahia_jiquilisco.jpg
- Objetivos de Desarrollo Sostenible / Naciones Unidas
<http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- OMT e Impulsa miento del Turismo Sostenible / Noticias ONU
http://www.un.org/spanish/News/story.asp?NewsID=36546#.WLj3hm_hDIV
- Objetivo ODS #2 / Naciones Unidas
<http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/hunger/>
- Objetivo ODS #3 / Naciones Unidas
<http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/health/>
- Objetivo ODS #4 / Naciones Unidas
<http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/education/>
- Objetivo ODS #5 / Naciones Unidas
<http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/gender-equality/>
- Objetivo ODS #6 / Naciones Unidas
<http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/water-and-sanitation/>
- Objetivo ODS #7 / Naciones Unidas
<http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/energy/>
- Objetivo ODS #8 / Naciones Unidas
<http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/economic-growth/>
- Objetivo ODS #9 / Naciones Unidas
<http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/infrastructure/>
- Objetivo ODS #10 / Naciones Unidas
<http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/inequality/>
- Objetivo ODS #11 / Naciones Unidas
<http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/cities/>
- Objetivo ODS #12 / Naciones Unidas
<http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/sustainable-consumption-production/>
- Objetivo ODS #13 / Naciones Unidas
<http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/climate-change-2>

- Objetivo ODS #14 / Naciones Unidas
<http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/oceans/>
- Objetivo ODS #15 / Naciones Unidas
<http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/biodiversity/>
- Objetivo ODS #16 / Naciones Unidas
<http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/peace-justice/>
- Objetivo ODS #17 / Naciones Unidas
<http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/globalpartnerships/>
- Plan y tipos de planes
<http://www.tiposde.org/cotidianos/678-planes/#ixzz4aHuY6xIF>
- Planes por su periodo de tiempo
<https://es.slideshare.net/educapdesarrollo/tipos-de-planes-14046431>
- Plan Nacional de Turismo
https://www.google.com/sv/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjukuyq6LnSAhUJRyYKHdq7AVEQFggfMAE&url=http%3A%2F%2Fwww.prisma.org.sv%2Fuploads%2Fmedia%2Ffla_apuesta_por_un_Turismo_sostenible_en_ESV.pdf&usg=AFQjCNEvVa0xSuqzDG1Ukv2qevXSpr-h0Q&sig2=H5pyFmwig6ks-2aBJd7M11g
- Planes y sus clasificaciones
<http://www.tiposde.org/cotidianos/678-planes/#ixzz4aHctEL91>
- Planeación Administrativa
<https://es.slideshare.net/yanez20222142/planificacin-administrativa-35843580>
- Programa de Desarrollo Zona Costera
<http://www.contrapunto.com.sv/archivo2016/economia/finanzas/mitur-invertira-millones-en-desarrollo-de-zona-costera>
- Turismo Sostenible y los ODS / Organización Mundial de Comercio
https://www.wto.org/spanish/thewto_s/coher_s/sdgs_s/sdgs_s.htm
- Turismo (2011)
<http://florencianur.blogspot.com/2011/02/origen-y-evolucion-del-turismo.html>
- Glosario Básico
<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Indicadores Municipales Sobre Desarrollo Humano y ODM

http://www.sv.undp.org/content/el_salvador/es/home/library/hiv_aids/informe-262--indicadores-municipales-sobre-desarrollo-humano-y-o.html

- Principios del modelo EFQM.

<http://www.guiadelacalidad.com/modelo-efqm/modelo-efqm>

- Manual de Formulación y Operación de Proyectos Ecoturístico.

Autores Ing. Miriam Ivette Anaya Rosales, Ing. Karen Vanessa Cruz Chanta, Ing. Juan Enrique Reyes Ruiz, Edición 1ª Año 2014.

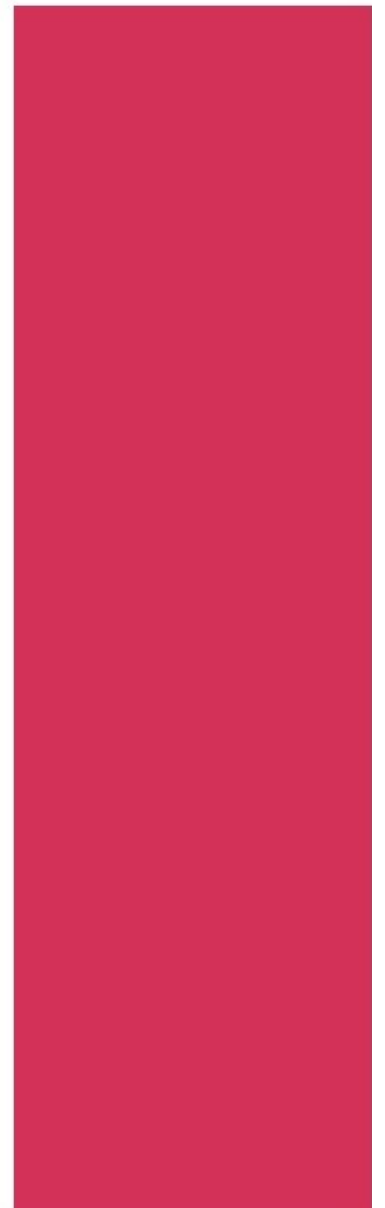
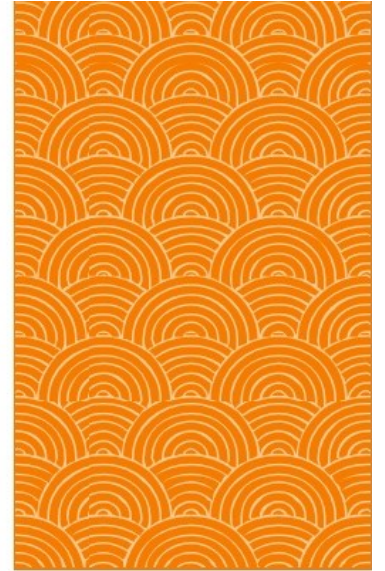
- ¿Qué es el Blueprint? Y ¿Para qué sirve?

<https://www.clavei.es/blog/2014/disenio-de-servicios-que-es-el-blueprint-y-para-que-sirve/>

- CEMAER – Tipos de Sistema de Energía Solar Fotovoltaica

<http://www.cemaer.org/tipos-de-sistemas-de-energia-solar-fotovoltaica/>

ANEXOS



ANEXOS

1. OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

A continuación se presenta cada objetivo sus datos y cifras más destacados asimismo las metas que cada uno de ellos conlleva.

OBJETIVO 1: PONER FIN A LA POBREZA EN TODAS SUS FORMAS EN TODO EL MUNDO

Los índices de pobreza extrema se han reducido a la mitad desde 1990. Si bien se trata de un logro notable, 1 de cada 5 personas de las regiones en desarrollo aún vive con menos de 1,25 dólares al día, y hay muchos más millones de personas que ganan poco más de esa cantidad diaria, a lo que se añade que hay muchas personas en riesgo de recaer en la pobreza.

La pobreza va más allá de la falta de ingresos y recursos para garantizar unos medios de vida sostenibles. Entre sus manifestaciones se incluyen el hambre y la malnutrición, el acceso limitado a la educación y a otros servicios básicos, la discriminación y la exclusión sociales y la falta de participación en la adopción de decisiones. El crecimiento económico debe ser inclusivo con el fin de crear empleos sostenibles y promover la igualdad.

a. Datos y Cifras

- 836 millones de personas aún viven en la pobreza extrema.
- Alrededor de 1 de cada 5 personas de las regiones en desarrollo vive con menos de 1,25 dólares diarios.
- La gran mayoría de esos pobres pertenece a 2 regiones: Asia Meridional y África Subsahariana.
- Los elevados índices de pobreza se ven a menudo en países pequeños, frágiles y afectados por conflictos.
- En el mundo, 1 de cada 4 niños menores de 5 años no tiene una altura adecuada para su edad.
- En 2014, 42 000 personas tuvieron que abandonar sus hogares cada día en busca de protección debido a un conflicto.

b. Metas del Objetivo

- Para 2030, erradicar la pobreza extrema para todas las personas en el mundo, actualmente medida por un ingreso por persona inferior a 1,25 dólares de los Estados Unidos al día.
- Para 2030, reducir al menos a la mitad la proporción de hombres, mujeres y niños de todas las edades que viven en la pobreza en todas sus dimensiones con arreglo a las definiciones nacionales

- Poner en práctica a nivel nacional sistemas y medidas apropiadas de protección social para todos, incluidos niveles mínimos, y, para 2030, lograr una amplia cobertura de los pobres y los vulnerables.
- Para 2030, garantizar que todos los hombres y mujeres, en particular los pobres y los vulnerables, tengan los mismos derechos a los recursos económicos, así como acceso a los servicios básicos, la propiedad y el control de las tierras y otros bienes, la herencia, los recursos naturales, las nuevas tecnologías apropiadas y los servicios financieros, incluida el micro financiación.
- Para 2030, fomentar la resiliencia de los pobres y las personas que se encuentran en situaciones vulnerables y reducir su exposición y vulnerabilidad a los fenómenos extremos relacionados con el clima y otras crisis y desastres económicos, sociales y ambientales.
- Garantizar una movilización importante de recursos procedentes de diversas fuentes, incluso mediante la mejora de la cooperación para el desarrollo, a fin de proporcionar medios suficientes y previsibles a los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, para poner en práctica programas y políticas encaminados a poner fin a la pobreza en todas sus dimensiones.
- Crear marcos normativos sólidos en los planos nacional, regional e internacional, sobre la base de estrategias de desarrollo en favor de los pobres que tengan en cuenta las cuestiones de género, a fin de apoyar la inversión acelerada en medidas para erradicar la pobreza.

OBJETIVO 2: PONER FIN AL HAMBRE LOGRAR LA SEGURIDAD ALIMENTARIA Y LA MEJORA DE LA NUTRICIÓN Y PROMOVER LA AGRICULTURA SOSTENIBLE

Se necesita una profunda reforma del sistema mundial de agricultura y alimentación si queremos nutrir a los 925 millones de hambrientos que existen actualmente y los dos mil millones adicionales de personas que vivirán en el año 2050.

El sector alimentario y el sector agrícola ofrecen soluciones claves para el desarrollo y son vitales para la eliminación del hambre y la pobreza.

a. Datos y Cifras

Hambre

- Alrededor de 795 millones de personas no disponen de alimentos suficientes para llevar una vida saludable y activa. Esto es, 1 de cada 9 personas en la Tierra
- La gran mayoría de hambrientos vive en países en desarrollo, donde el 12,9% de la población está subalimentada

- Asia es el continente donde hay más personas que padecen hambre: dos terceras partes del total. En los últimos años se ha reducido el porcentaje en Asia Meridional, pero ha aumentado ligeramente en Asia Occidental
- Asia Meridional enfrenta la mayor carga de hambre, con cerca de 281 millones de personas desnutridas. En África subsahariana, las proyecciones para el período 2014-2016 indican una tasa de desnutrición de casi 23%
- La nutrición deficiente provoca casi la mitad (45%) de las muertes de niños menores de 5 años: 3,1 millones de niños al año
- En el mundo, 1 de cada 4 niños padece retraso del crecimiento. En los países en desarrollo la proporción puede ascender a 1 de cada 3
- En el mundo en desarrollo, 66 millones de niños en edad de asistir a la escuela primaria acuden a clase hambrientos, 23 millones de ellos solo en África.

Seguridad alimentaria

- La agricultura es el sector que más empleo produce en el mundo, suministrando la forma de vida del 40% de la población mundial. Es la mayor fuente de ingresos y trabajo en los hogares pobres rurales
- 500 millones de pequeñas granjas en el mundo, la mayoría de secano, proporcionan un 80% de los alimentos que se consumen en la mayor parte del mundo en desarrollo. Invertir en los pequeños agricultores, mujeres y hombres, es una forma importante de aumentar la seguridad alimentaria y la nutrición para los más pobres, así como la producción de alimentos para mercados locales y mundiales
- Desde 1900, el 75% de la diversidad de las cosechas se ha perdido en los campos. Un mejor uso de la biodiversidad agrícola puede contribuir a una alimentación sana, mejorar la vida de las comunidades agrícolas y hacer más resistentes y sostenibles los sistemas agrícolas
- Si las mujeres agricultoras tuvieran el mismo acceso a los recursos que los hombres, el número de hambrientos en el mundo podría ser reducido en hasta 150 millones de dólares
- 1,4 millones de personas no tienen acceso a la electricidad, la mayoría de ellas viven en zonas rurales del mundo en desarrollo. En muchas regiones la pobreza energética es uno de los principales obstáculos para la reducción del hambre y la garantía de que el mundo puede producir alimentos suficientes para satisfacer la demanda futura

b. Metas del Objetivo

- Para 2030, poner fin al hambre y asegurar el acceso de todas las personas, en particular los pobres y las personas en situaciones vulnerables, incluidos los lactantes, a una alimentación sana, nutritiva y suficiente durante todo el año

- Para 2030, poner fin a todas las formas de malnutrición, incluso logrando, a más tardar en 2025, las metas convenidas internacionalmente sobre el retraso del crecimiento y la emaciación de los niños menores de 5 años, y abordar las necesidades de nutrición de las adolescentes, las mujeres embarazadas y lactantes y las personas de edad
- Para 2030, duplicar la productividad agrícola y los ingresos de los productores de alimentos en pequeña escala, en particular las mujeres, los pueblos indígenas, los agricultores familiares, los pastores y los pescadores, entre otras cosas mediante un acceso seguro y equitativo a las tierras, a otros recursos de producción e insumos, conocimientos, servicios financieros, mercados y oportunidades para la generación de valor añadido y empleos no agrícolas
- Para 2030, asegurar la sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos y aplicar prácticas agrícolas resilientes que aumenten la productividad y la producción, contribuyan al mantenimiento de los ecosistemas, fortalezcan la capacidad de adaptación al cambio climático, los fenómenos meteorológicos extremos, las sequías, las inundaciones y otros desastres, y mejoren progresivamente la calidad del suelo y la tierra
- Para 2020, mantener la diversidad genética de las semillas, las plantas cultivadas y los animales de granja y domesticados y sus especies silvestres conexas, entre otras cosas mediante una buena gestión y diversificación de los bancos de semillas y plantas a nivel nacional, regional e internacional, y promover el acceso a los beneficios que se deriven de la utilización de los recursos genéticos y los conocimientos tradicionales y su distribución justa y equitativa, como se ha convenido internacionalmente
- Aumentar las inversiones, incluso mediante una mayor cooperación internacional, en la infraestructura rural, la investigación agrícola y los servicios de extensión, el desarrollo tecnológico y los bancos de genes de plantas y ganado a fin de mejorar la capacidad de producción agrícola en los países en desarrollo, en particular en los países menos adelantados
- Corregir y prevenir las restricciones y distorsiones comerciales en los mercados agropecuarios mundiales, entre otras cosas mediante la eliminación paralela de todas las formas de subvenciones a las exportaciones agrícolas y todas las medidas de exportación con efectos equivalentes, de conformidad con el mandato de la Ronda de Doha para el Desarrollo
- Adoptar medidas para asegurar el buen funcionamiento de los mercados de productos básicos alimentarios y sus derivados y facilitar el acceso oportuno a información sobre los mercados, en particular sobre las reservas de alimentos, a fin de ayudar a limitar la extrema volatilidad de los precios de los alimentos

OBJETIVO 3: GARANTIZAR UNA VIDA SANA Y PROMOVER EL BIENESTAR PARA TODOS EN TODAS LAS EDADES

Para lograr el desarrollo sostenible es fundamental garantizar una vida saludable y promover el bienestar para todos a cualquier edad. Se han obtenido grandes progresos en relación con el aumento de la esperanza de vida y la reducción de algunas de las causas de muerte más comunes relacionadas con la mortalidad infantil y materna. Se han logrado grandes avances en cuanto al aumento del acceso al agua limpia y el saneamiento, la reducción de la malaria, la tuberculosis, la poliomielitis y la propagación del VIH/SIDA. Sin embargo, se necesitan muchas más iniciativas para erradicar por completo una amplia gama de enfermedades y hacer frente a numerosas y variadas cuestiones persistentes y emergentes relativas a la salud.

a. Datos y Cifras

Salud infantil

- Cada día mueren 17 000 niños menos que en 1990, pero más de seis millones siguen muriendo antes de cumplir los cinco años cada año
- Desde el año 2000, las vacunas contra el sarampión han evitado casi 15,6 millones de muertes
- A pesar de los progresos mundiales determinados, una proporción creciente de las muertes infantiles se encuentran en África subsahariana y Asia meridional. Cuatro de cada cinco muertes de niños menores de cinco años se producen en estas regiones
- Los niños nacidos en la pobreza tienen casi el doble de probabilidades de morir antes de cumplir cinco años que los de familias más ricas
- Los hijos de madres con estudios, incluso las que solo tienen estudios primarios, tienen más probabilidades de sobrevivir que los niños de madres sin educación

Salud materna

- La muerte maternal cayó casi en un 50% desde 1990
- En Asia Oriental, el norte de África y el sur de Asia, la mortalidad materna se ha reducido en alrededor de dos tercios
- Pero la tasa de mortalidad materna – la proporción de madres que no sobreviven el parto en comparación con aquellos que lo hacen – en las regiones en desarrollo es aún 14 veces mayor que en las regiones desarrolladas
- Más mujeres están recibiendo atención prenatal. En las regiones en desarrollo, la atención prenatal aumentó del 65 por ciento en 1990 al 83 por ciento en 2012

- Sólo la mitad de las mujeres en las regiones en desarrollo reciben la cantidad recomendada de atención médica que necesitan
- Menos adolescentes están teniendo niños en la mayoría de las regiones en desarrollo, pero los progresos se han ralentizado. El gran aumento en el uso de anticonceptivos en la década de 1990 no se dio en la década de 2000
- La necesidad de la planificación familiar se está usando lentamente por más mujeres, pero la demanda está aumentando a un ritmo rápido

El VIH/SIDA, la malaria y otras enfermedades

- A finales de 2014, 13,6 millones de personas recibían terapia antirretroviral
- Se estima que en 2013 se produjeron 2,1 millones de nuevas infecciones por el VIH, cifra que representaba un 38% menos que en 2001
- El número de personas que vivían con el VIH era de unos 35 millones a finales de 2013
- En ese mismo año, 240.000 niños resultaron infectados por el virus
- Las nuevas infecciones por el VIH entre los niños han disminuido en un 58% desde 2001
- A nivel mundial, las adolescentes y las mujeres jóvenes sufren desigualdad, exclusión, discriminación y violencia por razón de género, lo que las expone a un mayor riesgo de contraer el VIH.
- El VIH es la principal causa de muerte entre las mujeres en edad reproductiva en todo el mundo.
- La mortandad relacionada con la tuberculosis entre las personas que viven con el VIH ha disminuido en un 36% desde 2004.
- En 2013, se registraron 250.000 nuevas infecciones por el VIH entre los adolescentes, dos tercios de las cuales afectaron a mujeres.
- El SIDA es hoy la principal causa de muerte entre los adolescentes (de 10 a 19 años) en África y la segunda más común entre los adolescentes a nivel mundial.
- En muchos lugares, el derecho de las adolescentes a la intimidad y la autonomía corporal no se respeta; muchas informan de que su primera experiencia sexual fue forzada.
- En 2013, 2,1 millones de adolescentes vivían con el VIH.
- Entre 2000 y 2015, se evitaron más de 6,2 millones de muertes por malaria, principalmente en niños menores de 5 años de edad en África Subsahariana. La tasa mundial de incidencia de la malaria se ha reducido en aproximadamente un 37%, y la de su mortalidad, en un 58%.

- Entre 2000 y 2013, las intervenciones de prevención de la tuberculosis, junto con su diagnóstico y tratamiento, salvaron unos 37 millones de vidas. La tasa de mortalidad por tuberculosis se redujo en un 45% y la prevalencia en un 41% entre 1990 y 2013.

b. Metas del Objetivo

- Para 2030, reducir la tasa mundial de mortalidad materna a menos de 70 por cada 100.000 nacidos vivos
- Para 2030, poner fin a las muertes evitables de recién nacidos y de niños menores de 5 años, logrando que todos los países intenten reducir la mortalidad neonatal al menos hasta 12 por cada 1.000 nacidos vivos, y la mortalidad de niños menores de 5 años al menos hasta 25 por cada 1.000 nacidos vivos
- Para 2030, poner fin a las epidemias del SIDA, la tuberculosis, la malaria y las enfermedades tropicales desatendidas y combatir la hepatitis, las enfermedades transmitidas por el agua y otras enfermedades transmisibles
- Para 2030, reducir en un tercio la mortalidad prematura por enfermedades no transmisibles mediante la prevención y el tratamiento y promover la salud mental y el bienestar
- Fortalecer la prevención y el tratamiento del abuso de sustancias adictivas, incluido el uso indebido de estupefacientes y el consumo nocivo de alcohol
- Para 2020, reducir a la mitad el número de muertes y lesiones causadas por accidentes de tráfico en el mundo
- Para 2030, garantizar el acceso universal a los servicios de salud sexual y reproductiva, incluidos los de planificación de la familia, información y educación, y la integración de la salud reproductiva en las estrategias y los programas nacionales
- Lograr la cobertura sanitaria universal, en particular la protección contra los riesgos financieros, el acceso a servicios de salud esenciales de calidad y el acceso a medicamentos y vacunas seguros, eficaces, asequibles y de calidad para todos
- Para 2030, reducir sustancialmente el número de muertes y enfermedades producidas por productos químicos peligrosos y la contaminación del aire, el agua y el suelo
- Fortalecer la aplicación del Convenio Marco de la Organización Mundial de la Salud para el Control del Tabaco en todos los países, según proceda
- Apoyar las actividades de investigación y desarrollo de vacunas y medicamentos para las enfermedades transmisibles y no transmisibles que afectan primordialmente a los países en desarrollo y facilitar el acceso a medicamentos y vacunas esenciales asequibles de conformidad con la Declaración de Doha relativa al Acuerdo sobre los ADPIC y la Salud Pública,

en la que se afirma el derecho de los países en desarrollo a utilizar al máximo las disposiciones del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio en lo relativo a la flexibilidad para proteger la salud pública y, en particular, proporcionar acceso a los medicamentos para todos

- Aumentar sustancialmente la financiación de la salud y la contratación, el desarrollo, la capacitación y la retención del personal sanitario en los países en desarrollo, especialmente en los países menos adelantados y los pequeños Estados insulares en desarrollo
- Reforzar la capacidad de todos los países, en particular los países en desarrollo, en materia de alerta temprana, reducción de riesgos y gestión de los riesgos para la salud nacional y mundial

OBJETIVO 4: GARANTIZAR UNA EDUCACIÓN INCLUSIVA, EQUITATIVA Y DE CALIDAD Y PROMOVER OPORTUNIDADES DE APRENDIZAJE DURANTE TODA LA VIDA PARA TODOS

La consecución de una educación de calidad es la base para mejorar la vida de las personas y el desarrollo sostenible. Se han producido importantes avances con relación a la mejora en el acceso a la educación a todos los niveles y el incremento en las tasas de escolarización en las escuelas, sobre todo en el caso de las mujeres y las niñas. Se ha incrementado en gran medida el nivel mínimo de alfabetización, si bien es necesario redoblar los esfuerzos para conseguir mayores avances en la consecución de los objetivos de la educación universal. Por ejemplo, se ha conseguido la igualdad entre niñas y niños en la educación primaria en el mundo, pero pocos países han conseguido ese objetivo a todos los niveles educativos.

a. Datos y Cifras

- La matrícula en la educación primaria en los países en desarrollo ha alcanzado el 91%, pero 57 millones de niños siguen sin escolarizar.
- Más de la mitad de los niños que no se han inscrito en la escuela viven en el África subsahariana.
- Se calcula que el 50% de los niños en edad de recibir educación primaria pero que no asiste a la escuela vive en zonas afectadas por los conflictos.
- En el mundo, 103 millones de jóvenes no tienen un nivel mínimo de alfabetización, más del 60% son mujeres.

b. Metas del Objetivo

- Para 2030, velar por que todas las niñas y todos los niños terminen los ciclos de la enseñanza primaria y secundaria, que ha de ser gratuita, equitativa y de calidad y producir resultados escolares pertinentes y eficaces

- Para 2030, velar por que todas las niñas y todos los niños tengan acceso a servicios de atención y desarrollo en la primera infancia y a una enseñanza preescolar de calidad, a fin de que estén preparados para la enseñanza primaria
- Para 2030, asegurar el acceso en condiciones de igualdad para todos los hombres y las mujeres a una formación técnica, profesional y superior de calidad, incluida la enseñanza universitaria
- Para 2030, aumentar sustancialmente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento
- Para 2030, eliminar las disparidades de género en la educación y garantizar el acceso en condiciones de igualdad de las personas vulnerables, incluidas las personas con discapacidad, los pueblos indígenas y los niños en situaciones de vulnerabilidad, a todos los niveles de la enseñanza y la formación profesional
- Para 2030, garantizar que todos los jóvenes y al menos una proporción sustancial de los adultos, tanto hombres como mujeres, tengan competencias de lectura, escritura y aritmética
- Para 2030, garantizar que todos los alumnos adquieran los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible, entre otras cosas mediante la educación para el desarrollo sostenible y la adopción de estilos de vida sostenibles, los derechos humanos, la igualdad entre los géneros, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural y de la contribución de la cultura al desarrollo sostenible, entre otros medios
- Construir y adecuar instalaciones escolares que respondan a las necesidades de los niños y las personas discapacitadas y tengan en cuenta las cuestiones de género, y que ofrezcan entornos de aprendizaje seguros, no violentos, inclusivos y eficaces para todos
- Para 2020, aumentar sustancialmente a nivel mundial el número de becas disponibles para los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, los pequeños Estados insulares en desarrollo y los países de África, para que sus estudiantes puedan matricularse en programas de estudios superiores, incluidos programas de formación profesional y programas técnicos, científicos, de ingeniería y de tecnología de la información y las comunicaciones, en países desarrollados y otros países en desarrollo
- Para 2030, aumentar sustancialmente la oferta de maestros calificados, entre otras cosas mediante la cooperación internacional para la formación de docentes en los países en desarrollo, especialmente los países menos adelantados y los pequeños Estados insulares en desarrollo.

OBJETIVO 5: LOGRAR LA IGUALDAD ENTRE LOS GÉNEROS Y EMPODERAR A TODAS LAS MUJERES Y NIÑAS

La igualdad entre los géneros no es solo un derecho humano fundamental, sino la base necesaria para conseguir un mundo pacífico, próspero y sostenible.

Si se facilita a las mujeres y niñas igualdad en el acceso a la educación, atención médica, un trabajo decente y representación en los procesos de adopción de decisiones políticas y económicas, se impulsarán las economías sostenibles y se beneficiará a las sociedades y a la humanidad en su conjunto.

a. Datos y Cifras

- Alrededor de dos tercios de los países de las regiones en desarrollo han logrado la equidad de género en la educación primaria.
- En 1990, en Asia meridional tan solo había 74 niñas matriculadas en la escuela primaria por cada 100 niños varones. En 2012, las tasas de matriculación eran iguales para niñas y niños.
- En África Subsahariana, Oceanía y Asia Occidental, las niñas aún se enfrentan a obstáculos para ingresar en la escuela primaria y secundaria.
- En el norte de África las mujeres suponen menos del 20% de los empleos remunerados en el sector no agrícola. En el resto del mundo, la proporción de mujeres con empleo remunerado fuera del sector agrícola ha crecido del 35 por ciento en 1990 al 41 por ciento en 2015.
- En 46 países, las mujeres ocupan más del 30% de los escaños en los parlamentos nacionales al menos en una de las cámaras.

b. Metas del Objetivo

- Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo.
- Eliminar todas las formas de violencia contra todas las mujeres y las niñas en los ámbitos públicos y privado, incluidas la trata y la explotación sexual y otros tipos de explotación.
- Eliminar todas las prácticas nocivas, como el matrimonio infantil, precoz y forzado y la mutilación genital femenina
- Reconocer y valorar los cuidados no remunerados y el trabajo doméstico no remunerado mediante la prestación de servicios públicos, la provisión de infraestructuras y la formulación de políticas de protección social, así como mediante la promoción de la responsabilidad compartida en el hogar y la familia, según proceda en cada país

- Velar por la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles de la adopción de decisiones en la vida política, económica y pública.

OBJETIVO 6: GARANTIZAR LA DISPONIBILIDAD DE AGUA Y SU GESTIÓN SOSTENIBLE Y SANEAMIENTO PARA TODOS

El agua libre de impurezas y accesible para todos es parte esencial del mundo en que queremos vivir. Hay suficiente agua dulce en el planeta para lograr este sueño.

La escasez de recursos hídricos, la mala calidad del agua y el saneamiento inadecuado influyen negativamente en la seguridad alimentaria, las opciones de medios de subsistencia y las oportunidades de educación para las familias pobres en todo el mundo. La sequía afecta a algunos de los países más pobres del mundo, recrudece el hambre y la desnutrición. Para 2050, al menos una de cada cuatro personas probablemente viva en un país afectado por escasez crónica y reiterada de agua dulce.

a. Datos y Cifras

- Desde 1990, 2.600 millones de personas han obtenido acceso a mejores fuentes de agua potable, pero 663 millones todavía carecen de dicho acceso
- Al menos 1.800 millones de personas en el mundo utilizan una fuente de agua potable que está contaminada con materia fecal
- Entre 1990 y 2015, la proporción de la población mundial que utilizaba mejores fuentes de agua potable aumentó del 76% al 91%
- Sin embargo, la escasez de agua afecta a más del 40% de la población mundial, y se prevé que esta cifra aumente. Más de 1.700 millones de personas viven actualmente en cuencas fluviales donde el consumo de agua es superior a la recarga
- Actualmente, 2.400 millones de personas carecen de acceso a servicios básicos de saneamiento, como retretes o letrinas
- Más del 80% de las aguas residuales resultantes de las actividades humanas se vierte en ríos o el mar sin que se eliminen los contaminantes.

b. Metas del Objetivo

- Para 2030, lograr el acceso universal y equitativo al agua potable, a un precio asequible para todos
- Para 2030, lograr el acceso equitativo a servicios de saneamiento e higiene adecuados para todos y poner fin a la defecación al aire libre, prestando especial atención a las necesidades de las mujeres y las niñas y las personas en situaciones vulnerables

- Para 2030, mejorar la calidad del agua mediante la reducción de la contaminación, la eliminación del vertimiento y la reducción al mínimo de la descarga de materiales y productos químicos peligrosos, la reducción a la mitad del porcentaje de aguas residuales sin tratar y un aumento sustancial del reciclado y la reutilización en condiciones de seguridad a nivel mundial
- Para 2030, aumentar sustancialmente la utilización eficiente de los recursos hídricos en todos los sectores y asegurar la sostenibilidad de la extracción y el abastecimiento de agua dulce para hacer frente a la escasez de agua y reducir sustancialmente el número de personas que sufren de escasez de agua.

OBJETIVO 7: GARANTIZAR EL ACCESO A UNA ENERGÍA ASEQUIBLE, SEGURA, SOSTENIBLE Y MODERNA PARA TODOS

La energía es central para casi todos los grandes desafíos y oportunidades a los que hace frente el mundo actualmente. Ya sea para los empleos, la seguridad, el cambio climático, la producción de alimentos o para aumentar los ingresos, el acceso a la energía para todos es esencial.

La energía sostenible es una oportunidad – que transforma vidas, economías y el planeta.

a. Datos y Cifras

- Una de cada cinco personas todavía no tiene acceso a la electricidad moderna
- Tres mil millones de personas dependen de la biomasa tradicional, como la madera y los residuos de plantas animales, para cocinar y para la calefacción
- La energía es el principal contribuyente al cambio climático, y representa alrededor del 60% del total de emisiones de gases de efecto invernadero a nivel mundial
- Reducir las emisiones de carbono de la energía es un objetivo a largo plazo relacionado con el clima.

b. Metas del Objetivo

- Para 2030, garantizar el acceso universal a servicios de energía asequibles, confiables y modernos
- Para 2030, aumentar sustancialmente el porcentaje de la energía renovable en el conjunto de fuentes de energía
- Para 2030, duplicar la tasa mundial de mejora de la eficiencia energética
- Para 2030, aumentar la cooperación internacional a fin de facilitar el acceso a la investigación y las tecnologías energéticas no contaminantes, incluidas las fuentes de energía renovables, la eficiencia energética y las tecnologías avanzadas y menos contaminantes de combustibles fósiles, y promover la

inversión en infraestructuras energéticas y tecnologías de energía no contaminante.

OBJETIVO 8: PROMOVER EL CRECIMIENTO ECONÓMICO, SOSTENIBLE, INCLUSIVO Y SOSTENIBLE, EL EMPLEO PLENO Y PRODUCTIVO Y EL TRABAJO DECENTE PARA TODOS

Aproximadamente la mitad de la población mundial todavía vive con el equivalente a unos 2 dólares de los Estados Unidos diarios, y en muchos lugares el hecho de tener un empleo no garantiza la capacidad para escapar de la pobreza. Debemos reflexionar sobre este progreso lento y desigual, y revisar nuestras políticas económicas y sociales destinadas a erradicar la pobreza.

La continua falta de oportunidades de trabajo decente, la insuficiente inversión y el bajo consumo producen una erosión del contrato social básico subyacente en las sociedades democráticas: el derecho de todos a compartir el progreso. La creación de empleos de calidad seguirá constituyendo un gran desafío para casi todas las economías más allá de 2015.

a. Datos y Cifras

- El desempleo mundial aumentó de 170 millones en 2007 a casi 202 millones en 2012, de los cuales alrededor de 75 millones son mujeres y hombres jóvenes
- Cerca de 2200 millones de personas viven por debajo del umbral de pobreza de 2 dólares. La erradicación de la pobreza sólo es posible a través de empleos estables y bien remunerados
- Se necesitan 470 millones de empleos a nivel mundial para las personas que se incorporarán al mercado laboral entre 2016 y 2030.

b. Metas del Objetivo

- Mantener el crecimiento económico per cápita de conformidad con las circunstancias nacionales y, en particular, un crecimiento del producto interno bruto de al menos un 7% anual en los países menos adelantados
- Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación, entre otras cosas centrandose la atención en sectores de mayor valor añadido y uso intensivo de mano de obra
- Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de empleo decente, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y alentar la oficialización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, entre otras cosas mediante el acceso a servicios financieros.

OBJETIVO 9: CONSTRUIR ESTRUCTURAS RESILIENTES, PROMOVER LA INDUSTRIALIZACIÓN INCLUSIVA Y SOSTENIBLE Y FOMENTAR LA INNOVACIÓN

Las inversiones en infraestructura (transporte, riego, energía y tecnología de la información y las comunicaciones) son fundamentales para lograr el desarrollo sostenible y empoderar a las comunidades en numerosos países. Desde hace tiempo se reconoce que, para conseguir un incremento de la productividad y de los ingresos y mejoras en los resultados sanitarios y educativos, se necesitan inversiones en infraestructura.

El ritmo de crecimiento y urbanización también está generando la necesidad de contar con nuevas inversiones en infraestructuras sostenibles que permitirán a las ciudades ser más resistentes al cambio climático e impulsar el crecimiento económico y la estabilidad social.

a. Datos y Cifras

- La infraestructura básica como carreteras, tecnologías de la información y las comunicaciones, saneamiento, energía eléctrica y el agua sigue siendo escasa en muchos países en desarrollo
- Alrededor de 2600 millones de personas en el mundo en desarrollo se enfrentan a dificultades en el acceso a la electricidad a tiempo completo
- 2500 millones de personas carecen de acceso a saneamiento básico y casi 800 millones de acceso al agua, muchos cientos de millones de los cuales viven en el África subsahariana y Asia meridional
- Entre 1 y 1,5 millones de personas no tienen acceso a unos servicios telefónicos fiables
- Infraestructura de calidad se relaciona positivamente con el logro de objetivos sociales, económicos y políticos
- La infraestructura inadecuada conduce a una falta de acceso a los mercados, puestos de trabajo, la información y la formación, la creación de una barrera importante para hacer negocios.

b. Metas del Objetivo

- Desarrollar infraestructuras fiables, sostenibles, resilientes y de calidad, incluidas infraestructuras regionales y transfronterizas, para apoyar el desarrollo económico y el bienestar humano, con especial hincapié en el acceso equitativo y asequible para todos
- Promover una industrialización inclusiva y sostenible y, a más tardar en 2030, aumentar de manera significativa la contribución de la industria al empleo y al producto interno bruto, de acuerdo con las circunstancias nacionales, y duplicar esa contribución en los países menos adelantados
- Aumentar el acceso de las pequeñas empresas industriales y otras empresas, en particular en los países en desarrollo, a los servicios financieros, incluido el

acceso a créditos asequibles, y su integración en las cadenas de valor y los mercados

- Para 2030, mejorar la infraestructura y reajustar las industrias para que sean sostenibles, usando los recursos con mayor eficacia y promoviendo la adopción de tecnologías y procesos industriales limpios y ambientalmente racionales, y logrando que todos los países adopten medidas de acuerdo con sus capacidades respectivas.

OBJETIVO 10: REDUCIR LA DESIGUALDAD EN Y ENTRE PAÍSES

La comunidad internacional ha logrado grandes avances sacando a las personas de la pobreza. Las naciones más vulnerables –los países menos adelantados, los países en desarrollo sin litoral y los pequeños Estados insulares en desarrollo– continúan avanzando en el ámbito de la reducción de la pobreza. Sin embargo, siguen existiendo desigualdades y grandes disparidades en el acceso a los servicios sanitarios y educativos y a otros bienes productivos.

Además, a pesar de que la desigualdad de los ingresos entre países ha podido reducirse, dentro de los propios países ha aumentado la desigualdad. Existe un consenso cada vez mayor de que el crecimiento económico no es suficiente para reducir la pobreza si este no es inclusivo ni tiene en cuenta las tres dimensiones del desarrollo sostenible: económica, social y ambiental.

a. Datos y Cifras

- En promedio –y teniendo en cuenta el tamaño de la población– la desigualdad de los ingresos aumentó un 11% en los países en desarrollo entre 1990 y 2010.
- La gran mayoría de los hogares en los países en desarrollo –más del 75% de la población– se encuentran hoy en día en sociedades donde los ingresos se distribuyen de manera mucho más desigual que en la década de 1990.
- Los hechos demuestran que, por encima de un determinado umbral, la desigualdad perjudica al crecimiento y la reducción de la pobreza, a la calidad de las relaciones en los ámbitos público y político de la vida, y al sentimiento de realización y autoestima de las personas.
- No hay nada que sea inevitable en cuanto al incremento de la desigualdad de los ingresos; varios países han logrado contener o reducir la desigualdad de los ingresos, consiguiendo al mismo tiempo un fuerte crecimiento.
- En una encuesta mundial llevada a cabo por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, encargados de la formulación de políticas de todo el mundo reconocieron que por lo general las desigualdades en sus países son elevadas y pueden constituir una amenaza para el desarrollo social y económico a largo plazo.

b. Metas del Objetivo

- Para 2030, lograr progresivamente y mantener el crecimiento de los ingresos del 40% más pobre de la población a una tasa superior a la media nacional.
- Para 2030, potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición.
- Garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de los resultados, en particular mediante la eliminación de las leyes, políticas y prácticas discriminatorias y la promoción de leyes, políticas y medidas adecuadas a ese respecto.
- Adoptar políticas, en especial fiscales, salariales y de protección social, y lograr progresivamente una mayor igualdad.

OBJETIVO 11: LOGRAR QUE LAS CIUDADES Y ASENTAMIENTOS HUMANOS SEAN INCLUSIVOS, SEGUROS, RESILIENTES Y SOSTENIBLES

Las ciudades son hervideros de ideas, comercio, cultura, ciencia, productividad, desarrollo social y mucho más. En el mejor de los casos, las ciudades han permitido a las personas progresar social y económicamente.

Ahora bien, son muchos los problemas que existen para mantener ciudades de manera que se sigan creando empleos y prosperidad sin ejercer presión sobre la tierra y los recursos. Los problemas comunes de las ciudades son la congestión, la falta de fondos para prestar servicios básicos, la escasez de vivienda adecuada y el deterioro de la infraestructura.

Los problemas que enfrentan las ciudades se pueden vencer de manera que les permita seguir prosperando y creciendo, y al mismo tiempo aprovechar mejor los recursos y reducir la contaminación y la pobreza. El futuro que queremos incluye a ciudades de oportunidades, con acceso a servicios básicos, energía, vivienda, transporte y más facilidades para todos.

a. Datos y Cifras

- La mitad de la humanidad, 3500 millones de personas, vive hoy día en las ciudades.
- Para 2030, casi 60% de la población mundial vivirán en zonas urbanas.
- Un 95% de la expansión urbana en los próximos decenios se producirá en el mundo en desarrollo.
- 828 millones de personas viven en barrios marginales y el número sigue aumentando.
- Las ciudades ocupan apenas el 3% del planeta, pero representan entre el 60 y 80% del consumo de energía y el 75% de las emisiones de carbono.

b. Metas del Objetivo

- Para 2030, asegurar el acceso de todas las personas a viviendas y servicios básicos adecuados, seguros y asequibles y mejorar los barrios marginales.
- Para 2030, proporcionar acceso a sistemas de transporte seguros, asequibles, accesibles y sostenibles para todos y mejorar la seguridad vial, en particular mediante la ampliación del transporte público, prestando especial atención a las necesidades de las personas en situación vulnerable, las mujeres, los niños, las personas con discapacidad y las personas de edad.
- Para 2030, aumentar la urbanización inclusiva y sostenible y la capacidad para una planificación y gestión participativas, integradas y sostenibles de los asentamientos humanos en todos los países.
- Redoblar los esfuerzos para proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural del mundo.

OBJETIVO 12: GARANTIZAR MODALIDADES DE CONSUMO Y PRODUCCIÓN SOSTENIBLE

El consumo y la producción sostenibles consisten en fomentar el uso eficiente de los recursos y la eficiencia energética, infraestructuras sostenibles y facilitar el acceso a los servicios básicos, empleos ecológicos y decentes, y una mejor calidad de vida para todos. Su aplicación ayuda a lograr los planes generales de desarrollo, reducir los futuros costos económicos, ambientales y sociales, aumentar la competitividad económica y reducir la pobreza.

El objetivo del consumo y la producción sostenibles es hacer más y mejores cosas con menos recursos, incrementando las ganancias netas de bienestar de las actividades económicas mediante la reducción de la utilización de los recursos, la degradación y la contaminación durante todo el ciclo de vida, logrando al mismo tiempo una mejor calidad de vida. En ese proceso participan distintos interesados, entre ellos empresas, consumidores, encargados de la formulación de políticas, investigadores, científicos, minoristas, medios de comunicación y organismos de cooperación para el desarrollo.

a. Datos y Cifras

- Se calcula que cada año alrededor de una tercera parte de los alimentos producidos, el equivalente a 1300 millones de toneladas valoradas en un billón de dólares aproximadamente– acaba pudriéndose en los cubos de la basura de los consumidores y los minoristas, o bien se estropea debido al transporte y los métodos de recolección deficientes
- Si la población mundial empezara a utilizar bombillas de bajo consumo, se ahorrarían 120.000 millones de dólares anuales a nivel mundial
- Si la población mundial llega a los 9600 millones para 2050, harían falta casi 3 planetas para proporcionar los recursos naturales necesarios para mantener los modos de vida actuales.

b. Metas del Objetivo

- Aplicar el Marco Decenal de Programas sobre Modalidades de Consumo y Producción Sostenibles, con la participación de todos los países y bajo el liderazgo de los países desarrollados, teniendo en cuenta el grado de desarrollo y las capacidades de los países en desarrollo
- Para 2030, lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales
- Para 2030, reducir a la mitad el desperdicio mundial de alimentos per cápita en la venta al por menor y a nivel de los consumidores y reducir las pérdidas de alimentos en las cadenas de producción y distribución, incluidas las pérdidas posteriores a las cosechas
- Para 2020, lograr la gestión ecológicamente racional de los productos químicos y de todos los desechos a lo largo de su ciclo de vida, de conformidad con los marcos internacionales convenidos, y reducir de manera significativa su liberación a la atmósfera, el agua y el suelo a fin de reducir al mínimo sus efectos adversos en la salud humana y el medio ambiente
- Para 2030, disminuir de manera sustancial la generación de desechos mediante políticas de prevención, reducción, reciclaje y reutilización.

OBJETIVO 13: ADOPTAR MEDIDAS URGENTES PARA COMBATIR EL CAMBIO CLIMÁTICO Y SUS EFECTOS

El cambio climático afecta a todos los países en todos los continentes. Tiene un impacto negativo en la economía nacional y en la vida de las personas, de las comunidades y de los países. En un futuro las consecuencias serán todavía peores.

Las personas viven en su propia piel las consecuencias del cambio climático, que incluyen cambios en los patrones climáticos, el aumento del nivel del mar y los fenómenos meteorológicos más extremos. Las emisiones de gases de efecto invernadero causadas por las actividades humanas hacen que esta amenaza aumente. De hecho, las emisiones nunca habían sido tan altas. Si no actuamos, la temperatura media de la superficie del mundo podría aumentar unos 3 grados centígrados este siglo y en algunas zonas del planeta podría ser todavía peor. Las personas más pobres y vulnerables serán los más perjudicados.

Tenemos a nuestro alcance soluciones viables para que los países puedan tener una actividad económica más sostenible y más respetuosa con el medio ambiente.

a. Datos y Cifras

- **Entre 1880 y 2012, la temperatura media mundial aumentó 0,85 grados centígrados.** Esto quiere decir que por cada grado que aumenta la temperatura, la producción de cereales se reduce un 5% aproximadamente. Se ha producido una reducción significativa en la producción de maíz, trigo y otros

cultivos importantes, de 40 megatonnes anuales a nivel mundial entre 1981 y 2002 debido a un clima más cálido.

- **Los océanos se han calentado, la cantidad de nieve y de hielo ha disminuido, y ha subido el nivel del mar.** Entre 1901 y 2010, el nivel medio del mar aumentó 19 cm, pues los océanos se expandieron debido al calentamiento y al deshielo. La extensión del hielo marino del Ártico se ha reducido en los últimos decenios desde 1979, con una pérdida de hielo de 1,07 millones de km² cada decenio.
- **Dada la actual concentración y las continuas emisiones de gases de efecto invernadero, es probable que a finales de siglo el incremento de la temperatura mundial supere los 1,5 grados centígrados en comparación con el período comprendido entre 1850 y 1900 en todos los escenarios menos en uno.** Los océanos del mundo seguirán calentándose y continuará el deshielo. Se prevé una elevación media del nivel del mar de entre 24 y 30 cm para 2065 y entre 40 y 63 cm para 2100. La mayor parte de las cuestiones relacionadas con el cambio climático persistirán durante muchos siglos, a pesar de que se frenen las emisiones.

b. Metas del Objetivo

- Fortalecer la resiliencia y la capacidad de adaptación a los riesgos relacionados con el clima y los desastres naturales en todos los países.
- Incorporar medidas relativas al cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales.
- Mejorar la educación, la sensibilización y la capacidad humana e institucional en relación con la mitigación del cambio climático, la adaptación a él, la reducción de sus efectos y la alerta temprana.

OBJETIVO 14: UTILIZAR Y CONSERVAR EN FORMA SOSTENIBLE LOS OCÉANOS, MARES Y RECURSOS MARINOS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Los océanos del mundo – su temperatura, química, corrientes y vida – mueven sistemas mundiales que hacen que la Tierra sea habitable para la humanidad.

Nuestras precipitaciones, el agua potable, el clima, el tiempo, las costas, gran parte de nuestros alimentos e incluso el oxígeno del aire que respiramos provienen, en última instancia del mar y son regulados por este. Históricamente, los océanos y los mares han sido cauces vitales del comercio y el transporte.

La gestión prudente de este recurso mundial esencial es una característica clave del futuro sostenible.

a. Datos y Cifras

- Los océanos ocupan tres cuartas partes de la superficie de la Tierra, contienen 97% del agua de la Tierra y representan el 99% del espacio vital del planeta por volumen

- Más de tres mil millones de personas dependen de la diversidad biológica marina y costera para sus medios de vida
- A nivel mundial, el valor de mercado de los recursos marinos y costeros y las industrias correspondientes se calcula en tres mil billones anuales o cerca del 5% del PIB mundial
- Los océanos contienen cerca de 200.000 especies identificadas, pero las cifras reales pueden ser del orden de millones
- Los océanos absorben aproximadamente el 30 por ciento del dióxido de carbono producido por los seres humanos, reduciendo así el impacto del calentamiento global.

b. Metas del Objetivo

- Para 2025, prevenir y reducir de manera significativa la contaminación marina de todo tipo, en particular la contaminación producida por actividades realizadas en tierra firme, incluidos los detritos marinos y la contaminación por nutrientes
- Para 2020, gestionar y proteger de manera sostenible los ecosistemas marinos y costeros con miras a evitar efectos nocivos importantes, incluso mediante el fortalecimiento de su resiliencia, y adoptar medidas para restaurarlos con objeto de restablecer la salud y la productividad de los océanos
- Reducir al mínimo los efectos de la acidificación de los océanos y hacerles frente, incluso mediante la intensificación de la cooperación científica a todos los niveles
- Para 2020, reglamentar eficazmente la explotación pesquera y poner fin a la pesca excesiva, la pesca ilegal, la pesca no declarada y no reglamentada y las prácticas de pesca destructivas, y aplicar planes de gestión con fundamento científico a fin de restablecer las poblaciones de peces en el plazo más breve posible, por lo menos a niveles que puedan producir el máximo rendimiento sostenible de acuerdo con sus características biológicas.

OBJETIVO 15: GESTIONAR SOSTENIBLEMENTE LOS BOSQUES, Luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de la biodiversidad

El 30% de la superficie terrestre está cubierta por bosques y estos, además de proporcionar seguridad alimentaria y refugio, son fundamentales para combatir el cambio climático, pues protegen la diversidad biológica y las viviendas de la población indígena. Cada año desaparecen 13 millones de hectáreas de bosque y la degradación persistente de las zonas áridas ha provocado la desertificación de 3.600 millones de hectáreas.

La deforestación y la desertificación –provocadas por las actividades humanas y el cambio climático– suponen grandes retos para el desarrollo sostenible y han afectado a

las vidas y los medios de vida de millones de personas en la lucha contra la pobreza. Se están poniendo en marcha medidas destinadas a la gestión forestal y la lucha contra la desertificación.

a. Datos y Cifras

Los bosques

- Los bosques son el medio de vida de alrededor de 1600 millones de personas, incluidas más de 2000 culturas indígenas
- En los bosques habita más del 80% de las especies terrestres de animales, plantas e insectos

La desertificación

- De la agricultura dependen directamente 2600 millones de personas, pero el 52% de la tierra empleada para la agricultura se ha visto moderada o gravemente afectada por la degradación del suelo
- La degradación de la tierra afecta a 1500 millones de personas en todo el mundo
- Se calcula que la pérdida de tierra cultivable ha ascendido a entre 30 y 35 veces la tasa histórica
- Cada año se pierden 12 millones de hectáreas (23 hectáreas por minuto) como consecuencia de la sequía y la desertificación, en las que podrían cultivarse 20 millones de toneladas de cereales
- El 74% de los pobres se ven directamente afectados por la degradación de la tierra a nivel mundial

La diversidad biológica

- De las 8300 razas animales que se conocen, el 8% está compuesto por especies extinguidas y el 22% por especies en peligro de extinción
- De las más de 80 000 especies forestales, menos del 1% se han estudiado para su posible uso
- El pescado proporciona el 20% de las proteínas de origen animal a 3000 millones de personas aproximadamente. Tan solo 10 especies representan en torno al 30% de la pesca de captura marina y 10 especies constituyen alrededor del 50% de la producción acuícola
- Más del 80% de la alimentación humana se compone de plantas. Solo 5 cultivos de cereales proporcionan el 60% de la ingestión de energía
- Los microorganismos y los invertebrados son fundamentales para los servicios de los ecosistemas, pero aún no se sabe exactamente cuáles son ni se reconocen sus contribuciones.

b. Metas del Objetivo

- Para 2020, velar por la conservación, el restablecimiento y el uso sostenible de los ecosistemas terrestres y los ecosistemas interiores de agua dulce y los servicios que proporcionan, en particular los bosques, los humedales, las montañas y las zonas áridas, en consonancia con las obligaciones contraídas en virtud de acuerdos internacionales
- Para 2020, promover la gestión sostenible de todos los tipos de bosques, poner fin a la deforestación, recuperar los bosques degradados e incrementar la forestación y la reforestación a nivel mundial
- Para 2030, luchar contra la desertificación, rehabilitar las tierras y los suelos degradados, incluidas las tierras afectadas por la desertificación, la sequía y las inundaciones, y procurar lograr un mundo con una degradación neutra del suelo
- Para 2030, velar por la conservación de los ecosistemas montañosos, incluida su diversidad biológica, a fin de mejorar su capacidad de proporcionar beneficios esenciales para el desarrollo sostenible.

OBJETIVO 16: PROMOVER SOCIEDADES, JUSTAS, PACIFICAS E INCLUSIVAS

El objetivo 16 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible propuestos se centra en la promoción de sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, la provisión de acceso a la justicia para todos y la construcción de instituciones responsables y eficaces a todos los niveles.

a. Datos y Cifras

- El poder judicial y la Policía están entre las instituciones más afectadas por la corrupción.
- La corrupción, el soborno, el robo y el fraude fiscal cuestan alrededor de 1260 millones de dólares para los países en desarrollo al año; esta cantidad de dinero podría ser utilizada para elevar por encima de los 1,25 dólares diarios a las personas que viven con menos de ese dinero durante un mínimo de seis años.
- La tasa de niños que abandonan la escuela primaria en los países afectados por los conflictos alcanzó el 50 por ciento en 2011, que representa a 28,5 millones de niños, mostrando el impacto de las sociedades inestables en uno de los principales objetivos de la agenda después de 2015: la educación.
- El estado de derecho y el desarrollo tienen una interrelación significativa y se refuerzan mutuamente, por lo que es esencial para el desarrollo sostenible a nivel nacional e internacional.

b. Metas del Objetivo

- Reducir considerablemente todas las formas de violencia y las tasas de mortalidad conexas en todo el mundo
- Poner fin al maltrato, la explotación, la trata, la tortura y todas las formas de violencia contra los niños
- Promover el estado de derecho en los planos nacional e internacional y garantizar la igualdad de acceso a la justicia para todos
- Para 2030, reducir de manera significativa las corrientes financieras y de armas ilícitas, fortalecer la recuperación y devolución de bienes robados y luchar contra todas las formas de delincuencia organizada.

OBJETIVO 17: REVITALIZAR LA ALIANZA MUNDIAL PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Para que una agenda de desarrollo sostenible sea eficaz se necesitan alianzas entre los gobiernos, el sector privado y la sociedad civil. Estas alianzas inclusivas se construyen sobre la base de principios y valores, una visión compartida y objetivos comunes que otorgan prioridad a las personas y al planeta, y son necesarias a nivel mundial, regional, nacional y local.

a. Datos y Cifras

- En 2014, la asistencia oficial para el desarrollo ascendió a 135.200 millones de dólares, el nivel más alto registrado hasta la fecha
- El 79% de las importaciones procedentes de países en desarrollo llega a los países desarrollados libre de derechos
- La carga de la deuda en los países en desarrollo se mantiene estable, en aproximadamente el 3% de los ingresos de la exportación
- La cifra de usuarios de Internet en África casi se ha duplicado durante los últimos cuatro años
- El 30% de los jóvenes de todo el mundo son nativos digitales, y han estado activos en la red durante al menos cinco años
- Sin embargo, hay más de 4.000 millones de personas que no utilizan Internet, el 90% de ellas en el mundo en desarrollo.

b. Metas del Objetivo

Finanzas

- Fortalecer la movilización de recursos internos, incluso mediante la prestación de apoyo internacional a los países en desarrollo, con el fin de mejorar la capacidad nacional para recaudar ingresos fiscales y de otra índole

- Velar por que los países desarrollados cumplan cabalmente sus compromisos en relación con la asistencia oficial para el desarrollo, incluido el compromiso de numerosos países desarrollados de alcanzar el objetivo de destinar el 0,7% del ingreso nacional bruto a la asistencia oficial para el desarrollo y del 0,15% al 0,20% del ingreso nacional bruto a la asistencia oficial para el desarrollo de los países menos adelantados; y alentar a los proveedores de asistencia oficial para el desarrollo a que consideren fijar una meta para destinar al menos el 0,20% del ingreso nacional bruto a la asistencia oficial para el desarrollo de los países menos adelantados
- Movilizar recursos financieros adicionales procedentes de múltiples fuentes para los países en desarrollo
- Ayudar a los países en desarrollo a lograr la sostenibilidad de la deuda a largo plazo con políticas coordinadas orientadas a fomentar la financiación, el alivio y la reestructuración de la deuda, según proceda, y hacer frente a la deuda externa de los países pobres muy endeudados a fin de reducir el endeudamiento excesivo
- Adoptar y aplicar sistemas de promoción de las inversiones en favor de los países menos adelantados

Tecnología

- Mejorar la cooperación regional e internacional Norte-Sur, Sur-Sur y triangular en materia de ciencia, tecnología e innovación y el acceso a ellas y aumentar el intercambio de conocimientos en condiciones mutuamente convenidas, entre otras cosas mejorando la coordinación entre los mecanismos existentes, en particular en el ámbito de las Naciones Unidas, y mediante un mecanismo mundial de facilitación de la tecnología
- Promover el desarrollo de tecnologías ecológicamente racionales y su transferencia, divulgación y difusión a los países en desarrollo en condiciones favorables, incluso en condiciones concesionarias y preferenciales, por mutuo acuerdo
- Poner en pleno funcionamiento, a más tardar en 2017, el banco de tecnología y el mecanismo de apoyo a la ciencia, la tecnología y la innovación para los países menos adelantados y aumentar la utilización de tecnología instrumental, en particular de la tecnología de la información y las comunicaciones

Creación de capacidad

- Aumentar el apoyo internacional a la ejecución de programas de fomento de la capacidad eficaces y con objetivos concretos en los países en desarrollo a fin de apoyar los planes nacionales orientados a aplicar todos los Objetivos de Desarrollo Sostenible, incluso mediante la cooperación Norte-Sur, Sur-Sur y triangular.

Comercio

Promover un sistema de comercio multilateral universal, basado en normas, abierto, no discriminatorio y equitativo en el marco de la Organización Mundial del Comercio, incluso mediante la conclusión de las negociaciones con arreglo a su Programa de Doha para el Desarrollo

Aumentar de manera significativa las exportaciones de los países en desarrollo, en particular con miras a duplicar la participación de los países menos adelantados en las exportaciones mundiales para 2020

Lograr la consecución oportuna del acceso a los mercados, libre de derechos y de contingentes, de manera duradera para todos los países menos adelantados, de conformidad con las decisiones de la Organización Mundial del Comercio, entre otras cosas velando por que las normas de origen preferenciales aplicables a las importaciones de los países menos adelantados sean transparentes y sencillas y contribuyan a facilitar el acceso a los mercados.

Cuestiones sistémicas

Datos, supervisión y rendición de cuentas

- Para 2020, mejorar la prestación de apoyo para el fomento de la capacidad a los países en desarrollo, incluidos los países menos adelantados y los pequeños Estados insulares en desarrollo, con miras a aumentar de forma significativa la disponibilidad de datos oportunos, fiables y de alta calidad desglosados por grupos de ingresos, género, edad, raza, origen étnico, condición migratoria, discapacidad, ubicación geográfica y otras características pertinentes en los contextos nacionales
- Para 2030, aprovechar las iniciativas existentes para elaborar indicadores que permitan medir progresos logrados en materia de desarrollo sostenible y que complementen los utilizados para medir el producto interno bruto, y apoyar el fomento de la capacidad estadística en los países en desarrollo.

2. DISEÑO DE INSTRUMENTOS PARA LEVANTAMIENTO DE INVENTARIO TURISTICO



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA DE RECOPIACION DE DATOS PARA INFORMACION DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS

FICHA N°

NOMBRE DEL RECURSO: _____

UBICACIÓN: _____

CANTÓN: _____ MUNICIPIO: _____

GPS: _____

CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO
() Sitios naturales	() Montañas	<input type="checkbox"/> Altas montañas <input type="checkbox"/> Sierras <input type="checkbox"/> Volcanes <input type="checkbox"/> Valles y quebradas <input type="checkbox"/> Mesetas
	() Planicies	<input type="checkbox"/> Llanuras <input type="checkbox"/> Desiertos <input type="checkbox"/> Salinas <input type="checkbox"/> Altiplanos
	() Costas	<input type="checkbox"/> Playas <input type="checkbox"/> Acantilados <input type="checkbox"/> Arrecifes <input type="checkbox"/> Cayos <input type="checkbox"/> Barras <input type="checkbox"/> Islas <input type="checkbox"/> Fiordos <input type="checkbox"/> Canales <input type="checkbox"/> Bahías y caletas
	<input type="checkbox"/> Lagos, lagunas y esteros <input type="checkbox"/> Ríos <input type="checkbox"/> Caídas de agua <input type="checkbox"/> Grutas y cavernas <input type="checkbox"/> Lugares de observación de flora y fauna <input type="checkbox"/> Lugares de caza y pesca <input type="checkbox"/> Caminos pintorescos <input type="checkbox"/> Parques nacionales y reservas de flora y fauna	

() Museos y manifestaciones culturales	() Museos	() Pintura () Escultura () Artes decorativas () Arquitectura () Realizaciones urbanas () Obras de ingeniería
	() Obras de arte y técnica	
	() Lugares históricos () Ruinas y lugares arqueológicos	
() Folklore	() Manifestaciones religiosas, creencias populares () Ferias y mercados () Música y danzas	
	() Artesanías y artes	() Alfarería () Tejidos e indumentaria () Cueros () Maderas () Piedras () Tejidos en paja () Instrumentos musicales () Mascaras () Objetos rituales () Pinturas () Imaginería
	() Comida y bebidas típicas () Grupos étnicos	
	() Arquitectura popular espontanea	() Pueblos () Casas () Expresiones religiosas o paganas
() Realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas	() Explotaciones mineras () Explotaciones agropecuarias () Explotaciones industriales	
	() Obras de arte y técnica	() Pintura () Escultura () Artesanía () Diseño industrial () Arquitectura () Realizaciones urbanas () Obras de ingeniería
	() Centros científicos y técnicos	() Zoológicos y acuarios () Botánicos
() Acontecimientos programados.	() Artísticos	() Música () Teatro () Festivales de cine
	() Deportivos	

	<input type="checkbox"/> Otros	<input type="checkbox"/> Fiestas religiosas y profanas <input type="checkbox"/> Concursos de belleza <input type="checkbox"/> Convecciones y congresos <input type="checkbox"/> Corridas de toro <input type="checkbox"/> Ferias y exposiciones <input type="checkbox"/> Juegos de azar <input type="checkbox"/> Parques de recreación <input type="checkbox"/> Oportunidades especiales de compra <input type="checkbox"/> Vida nocturna <input type="checkbox"/> Gastronomía <input type="checkbox"/> Rodeos <input type="checkbox"/> Carnavales
JERARQUIA		
<input type="checkbox"/> Jerarquía 0 <input type="checkbox"/> Jerarquía 3	<input type="checkbox"/> Jerarquía 1 <input type="checkbox"/> Jerarquía 4	<input type="checkbox"/> Jerarquía 2 <input type="checkbox"/> Jerarquía 5
MEDIO DE ACCESO:		
Marítimo.... <input type="checkbox"/> Terrestre.... <input type="checkbox"/>		
DESCRIPCION:		
Datos sobresalientes que detallan las características del recurso.		
PECULIARIDADES:		
Singularidades del recurso que lo diferencian de otros		
ESTADO ACTUAL		
Estado de conservación en el que se encuentra el recurso		

RUTA DE ACCESO					
Recorrido	Tramo	Acceso	Medio de Transporte	Vía de acceso	Distancia (Km) / Tiempo (Minutos)

TIPO DE INGRESO

Libre
 Previa presentación de boleto o ticket
 Semi-restringido (previo permiso)

Otro.....

EPOCA PROPICIA DE VISITA AL RECURSO

Todo el año

Esporádicamente algunos meses (especificar).....

Fines de semana (especificar)

Feriados (especificar fecha)

HORARIO DE VISITA:

.....

DATOS COMPLEMENTARIOS

INDICAR SI EL RECURSO TURISTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES: _____

PERSONA ENCARGADA DEL LLENADO DE LA FICHA: _____

FECHA: _____

IMÁGENES DEL LUGAR

3. FICHA PARA VERTIDO DE INVENTARIO TURISTICO

FICHA RESUMEN DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS

NOMBRE DEL RECURSO	
UBICACION	
Cantón	
Municipio	
Coordenada GPS	
CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría	
Tipo	
Sub tipo	
Jerarquía	
ACERCA DEL RECURSO	
Descripción	
Peculiaridades	
Estado actual	
ACCESO Y RUTA	
Recorrido	
Tramo	
Acceso	
Medio de transporte	
Vía de acceso	
Distancia	
Tiempo	
INGRESO AL RECURSO	
Tipo de ingreso	
Época propicia de visita al recurso	
Horario de visita	

4. DISEÑO DE INSTRUMENTO PARA LEVANTAMIENTO DE INVENTARIO DE PLANTA TURISTICA



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA DE RECOPILACION DE DATOS PARA INFORMACION DEL INVENTARIO DE PLANTA TURISTICA

FICHA N°.....

NOMBRE DEL RECURSO:

.....

UBICACIÓN: Cantón: Municipio:

Distrito:

GPS:

CATEGORIA	TIPO	SUB-TIPO
<input type="checkbox"/> Alojamiento	<input type="checkbox"/> Hotelero	<input type="checkbox"/> Hoteles <input type="checkbox"/> Hosterías <input type="checkbox"/> Moteles <input type="checkbox"/> Pensiones <input type="checkbox"/> Mesetas
	<input type="checkbox"/> Extra hotelero	<input type="checkbox"/> Camping <input type="checkbox"/> Albergues <input type="checkbox"/> Camas en casas de familia <input type="checkbox"/> Viviendas en alquiler en casas y cabañas <input type="checkbox"/> Viviendas en alquiler en casas de departamentos <input type="checkbox"/> Trailer-park
<input type="checkbox"/> Alimentación	<input type="checkbox"/> Restaurantes	

	() Cafetería y bares	
() Esparcimiento	() Instalaciones deportivas	() Balnearios
	() Clubes nocturnos	
	() Casinos	
	() Casinos	
	() Cines y teatros	
	() Otros espectáculos públicos	
() Otros Servicios	() Transporte Turísticos	
	() Informacion a Turista	() Oficinas de información
		() Servicio de guías
	() Comercios turísticos	
	() Cambio de moneda	

MEDIO DE ACCESO:

Marítimo.... ()

Terrestre.... ()

DESCRIPCION :

Datos sobresalientes que detallan las características del recurso

.....

.....

.....

.....

.....

.....

PARTICULARIDADES :

Singularidades del recurso que lo diferencian de otros

.....

.....

.....

.....

ESTADO ACTUAL:

Estado de conservación en el que se encuentra el recurso

.....

.....

.....

RUTA DE ACCESO

Recorrido	Tramo	Acceso	Medio de Transporte	Vía de acceso	Distancia (Km) / Tiempo (Minutos)

TIPO DE INGRESO

Libre

Previa presentación de boleto o ticket

Semi-restringido (previo permiso)

Otro.....

EPOCA PROVINCIA DE VISITA AL RECURSO

Todo el año

Esporádicamente algunos meses (especificar).....

Fines de semana (especificar)

Feriados (especificar fecha)

HORARIO DE VISITA:

.....

ESPECIFICACIONES:

.....
.....

INFRAESTRUCTURA

ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO

NATURALEZA

Observación de Aves

Observación de Flora

Observación de Fauna

DEPORTES ACUATICOS

DEPORTES / AVENTURA

Kayak

Caminata

Motonáutica

Ciclismo

Natación

Camping

Pesca deportiva

PASEOS

FOLCLORE

Paseos en bote

Actividades Religiosas y/o patronales

Paseos en caballitos de totora

Ferias

Paseos en caballo

Degustación de platos típicos

Paseos en carruaje

Rituales místicos

Paseos en lancha o canoa

Ninguno

Paseos en Pedalones

SERVICIOS ACTUALES DENTRO DEL RECURSO TURISTICO:

Alojamiento		
<input type="checkbox"/> Hoteles	<input type="checkbox"/> Casas de Hospedaje	<input type="checkbox"/> Eco-lodges
<input type="checkbox"/> Albergues	<input type="checkbox"/> Resorts	<input type="checkbox"/> Bungalows
<input type="checkbox"/> Apart-Hoteles	<input type="checkbox"/> Hostales	<input type="checkbox"/> Otros.....
		<input type="checkbox"/> Ninguno
 Alimentación		
<input type="checkbox"/> Restaurantes	<input type="checkbox"/> Bares	<input type="checkbox"/> Otros.....
<input type="checkbox"/> Snacks	<input type="checkbox"/> Cafeterías	<input type="checkbox"/> Ninguno
<input type="checkbox"/> Fuentes de Soda	<input type="checkbox"/> Venta de comida rápida	

DATOS COMPLEMENTARIOS
 INDICAR SI EL RECURSO TURISTICO SE UTILIZA PARA OTROS FINES:
PERSONA ENCARGADA DEL LLENADO DE LA FICHA:
FECHA:

5. FICHA PARA VERTIDO DE INVENTARIO DE PLANTA TURISTICA

FICHA RESUMEN DE RECOPIACION DE DATOS PARA INFORMACION DEL INVENTARIO DE PLANTA TURISTICA

NOMBRE DEL RECURSO	
UBICACIÓN	
Cantón:	
Municipio:	
Coordenada GPS:	
CLASIFICACION DEL RECURSO	
Categoría:	
Tipo:	
Sub tipo:	
ACERCA DEL RECURSO	
Medio de Acceso:	
Descripción:	
Particularidades:	
Estado actual:	
RUTAS DE ACCESO	
Recorrido:	
Tramo:	
Acceso	
Medio de transporte:	
Vía de acceso:	
Distancia:	
Tiempo:	
Tipo de Ingreso:	
Época propicia de visita al recurso:	
Horario de visita:	
Especificaciones:	
INFRAESTRUCTURA	
Dentro del recurso	Fuera del recurso

<input type="checkbox"/> Agua <input type="checkbox"/> Desagüe <input type="checkbox"/> Luz <input type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización <input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> Otra.....	<input type="checkbox"/> Agua <input type="checkbox"/> Desagüe <input type="checkbox"/> Luz <input type="checkbox"/> Teléfono <input type="checkbox"/> Alcantarillado <input type="checkbox"/> Señalización <input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> Otra.....
ACTIVIDADES DESARROLLADAS DENTRO DEL RECURSO TURISTICO	
Clase:	•
Actividad:	•
DATOS COMPLEMENTARIOS	
Indicar si el recurso turístico se utiliza para otros fines:	
Persona encargada del llenado de la ficha:	
Fecha:	

6. INSTRUMENTOS PARA INVESTIGAR LA COMPETENCIA CHECK – LIST



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

LISTA DE VERIFICACION DE ATRACTIVOS TURISTICOS

Objetivo: Conocer la diversidad de Atractivos turísticos que poseen los destinos turísticos, los servicios que ofrecen, su calidad y determinar aquellos atractivos sobresalientes.

Nombre del lugar:

Departamento:

Municipio:

Fecha:

Tiene Playa: Si No

0Existe Cooperativa: Si No

RESTAURANTE	SI	NO	OBSERVACIONES
<i>Existe infraestructura especial para atención</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<i>Posee Menús</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<i>Cuál es el platillo más solicitado</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<i>Cuál es el precio más caro, barato y promedio.</i>			
<i>Existe Señalización dentro del restaurante</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<i>Existe Orden y limpieza</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<i>Se distingue protocolo de atención al cliente por parte del Personal</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<i>Utilizan uniformes</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<i>Existe algún eslogan o lema</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<i>Presentación llamativa de los platillos</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<i>Presentación llamativa de las bebidas</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<i>Ofrecen más de 5 platos en el menú</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<i>Ofrecen postres</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<i>Ofrecen entradas</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<i>Ofrecen servicio de desayunos</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<i>Ofrecen servicio de cena</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<i>Ofrecen bebidas alcohólicas</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<i>Ofrecen algún platillo característico</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<i>Ofrecen alguna bebida característica</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
<i>¿Cuál es la capacidad del restaurante?</i>			

BAÑOS

<i>Tienen baños</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existe limpieza y orden en los baños</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existe señalización en el área de baños</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existe un plan de mantenimiento de limpieza</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existe artículos complementarios en el baño (papel higiénico, porta papel, lavamanos, secador de manos, espejo, jabón, basurero, ambientador u otros).</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ALOJAMIENTO

<i>Existe una infraestructura para el alojamiento</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existe una estandarización de precios</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Los precios son accesibles</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Posee señalización el alojamiento</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existe el acondicionamiento necesario (cama, ropa de cama, almohadas).</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existe limpieza y orden</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existe artículos complementarios (ventilador, aire acondicionado, televisor, sofá, mesas de noche, toallas, lámpara, u otros)</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existe baño dentro del dormitorio</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existe ducha dentro del dormitorio</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Posee servicios básicos el dormitorio</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Cuántas habitaciones poseen, y par cuantas personas</i>		
<i>Cuánto cuesta la habitación</i>		
<i>Cuanto es el periodo promedio que se alojan sus clientes</i>		
<i>El alojamiento incluye algún tipo de alimento.</i>		
<i>Cuanto es el consumo mínimo por persona</i>		

ATRATIVOS TURISTICOS

<i>Existe playa en el lugar</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existe lago (s) en el lugar</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existe piscinas</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existe lagunas en el lugar</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existe tienda de suvenires</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Tiene espacios recreativos para niños</i>		
<i>Existe un área catalogada como reserva natural</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existe venta de artesanías</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existe balnearios en la zona</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existen rutas de senderismo</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existen actividades turísticas acuáticas</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existen actividades turísticas terrestres</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existen actividades turísticas aéreas</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existen paseos en lancha</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existe algún museo</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<i>Existe alguna actividad turística extrema</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existe plantaciones que se vinculen al turismo</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existen zona de relajamiento</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Otros</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
DESARROLLO EN LA ZONA		
<i>Existe alguna Cooperativa al frente</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existe apoyo de la Alcaldía</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existe apoyo previo de alguna entidad Internacional o de Gobierno</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existen proyectos vigentes</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existen programas vigentes</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existen guías Turísticos</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
COMERCIALIZACION		
<i>Existe estandarización de precios</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existen paquetes Turísticos establecidos</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existen alianzas con Tour operadores</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Tienen Páginas web</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Tienen redes sociales</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Reciben turistas internacionales</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SERVICIOS BASICOS		
<i>Servicio de agua potable</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Servicio de energía eléctrica</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Servicio de internet</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SERVICIOS COMPLEMENTARIOS		
<i>Ofrecen servicio de transporte vial</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Ofrecen servicio de transporte marítimo</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Poseen estacionamiento</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Existe señalización en general</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
VIAS DE ACCESO		
<i>Poseen acceso vial</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Poseen acceso marino</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<i>Poseen acceso aéreo</i>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. PRECIOS DE MENU BAHIA SPORT

PRODUCTO	PRECIO
Cocteles	
Coctel de Conchas	\$10.00
Coctel Mixto	\$12.00
Coctel a la Mexicana	\$14.00
Ceviche Mixto	\$12.00
Ceviche de Pescado	\$8.00
Ceviche de Camarón	\$8.00
Platos Bahía Sport	
Pechuga de Pollo Empanizada	\$10.00
Pechuga de Pollo a la Plancha	\$10.00
Pinchos Mixtos	\$10.00
Pechuga de Pollo a la Crema	\$10.00
Pechuga de Pollo Encebollado	\$10.00
Carne de Res a la Plancha	\$10.00
Carne de Res Encebollada	\$10.00
Carne de Res En tomatada	\$10.00
Pescado Relleno	\$14.00
Pescado Frito	\$11.00
Pescado Deshuesado	\$12.00
Filete de Pescado Empanizado	\$9.00
Filete de Pescado a la Plancha	\$9.00
Camarones al Ajillo	\$17.00

Langosta Rellena	\$17.00
Camarones a la Plancha	\$17.00
Langosta al Ajillo	\$13.00
Arroz Mixto Mariscos	\$10.00
Arroz con Calamares	\$11.75
Calamares y Camaroncillos al Ajillo	\$12.00
Bahía Sport Mixto	\$15.00
Desayunos Típicos	
Huevo T. Omelette Jamón, Queso, Crema Plátanos	\$5.00
Típico Huevos Revueltos, Queso, Crema y Plátanos	\$5.00
Típico Rancheros, Queso, Crema y Plátanos	\$5.00
Hot Cake 3 porciones con sus sabores	\$5.00
Menú para Niños	
Deditos de Pollo Empanizados y Papas Fritas	\$7.50
Hamburguesa con Papas Fritas	\$6.50
Sándwich de Pollo con Papas Fritas	\$6.50
Club Sandwich con Papas Fritas	\$6.50
Orden de Papas Fritas	\$3.00
Orden de Tortilla Frita Frijoles Crema o Queso	\$2.50
Bebidas Frías	
Gaseosas	\$1.00
Agua Botella	\$1.00
Gatorade	\$2.00

Jugos de Lata	\$1.00
Te Lipton	\$1.75
Jugos Naturales	
Sandía	\$1.75
Naranja	\$1.75
Papaya	\$1.75
Melón	\$1.75
Piña	\$1.75
Limonada	\$1.75
Agua de Coco	\$1.75
Licados	
Frozen	\$2.00
Piña con Leche	\$2.00
Fresa con Leche	\$2.00
Guineo con Leche	\$2.00
Cervezas	
Golden	\$2.00
Pilsener	\$2.00
Suprema	\$2.25
Corona	\$3.00
Heineken	\$3.00
Licores	
Chivas Regal	Botella \$80.00 Trago \$8.00
Jose Cuervo Special	Botella \$40.00 Trago \$6.00

Flor de Caña (4 años)	Botella \$30.00 Trago \$4.00
Flor de Caña (7 años)	Botella \$35.00 Trago \$4.50
Finlandia	Botella \$35.00 Trago \$4.50
Margarita	\$7.50
Piña Colada	\$7.50
Sopas	
Mariscada con Crema	\$12.00
Mariscada Natural	\$10.00
Consomé de Mariscos	\$7.00
Sopa de Pescado Natural	\$8.00
Precios de Habitaciones	
2 Camas Dobles 2- 4 / persona	\$85.00
3 Camas Dobles 3- 6 / persona	\$130.00
Actividades	
Renta de Jet Sky	\$85.00 / hora
Renta de Kayak	\$18.00 / hora
Paseos en Lancha por la Bahía	
Isla Punta San Juan	\$65.00
Isla Pajarito	\$85.00

Tabla 538 Precios de Bahía Sport

8. PRECIOS DE MENU DE SOLISAL

PRODUCTOS / SERVICIOS	PRECIOS
Bebidas Frías	
Gaseosas	\$0.85
Jugo en Lata	\$0.85
Té Helado	\$0.85
Powerade	\$1.40
Agua Cristal	\$0.60
Cocos	\$0.60
Bebidas Calientes	
Taza de leche	\$0.70
Taza de café negro	\$0.60
Taza de café con leche	\$0.70
Dos tortillas	\$0.30
Café	\$0.60
Bebidas Alcohólicas	
Corona	\$2.50
Miller	\$2.50
Heineken	\$2.50
Pilsener	\$1.50
Golden	\$1.50
Suprema	\$1.50
Bahía	\$1.50
Cocteles	

Coctel de Conchas	\$4.00
Almuerzos – Cenas (Combos)	
Plato ya sea pollo o pescado roncón, chimbera o mojarra, con arroz ensalada fresca, tortillas, soda o jugo	\$7.00
Plato de pescado boca colorada con arroz, ensalada fresca, tortillas, soda o jugo	\$8.00
Plato con carne, arroz, ensalada fresca, tortillas, soda o jugo	\$9.00
Plato de camarones grandes, arroz, ensalada fresca, tortillas, soda o jugo	\$12.00
Plato de camarones pequeños, arroz, ensalada fresca, tortillas, soda o jugo	\$10.00
Desayunos	
Porción de frijoles fritos	\$1.40
Porción de huevo	\$1.40
Porción de plátano	\$ 0. 80
Chorizo	\$1.50
Porción de crema o queso	\$ 0.75
Pupusas de queso	\$ 0.75
Pupusas revueltas	\$ 0.60
Dos tortillas	\$0.30
Paseos en Minicrucero “Coloco”	
	\$10.00 por persona, de 20 a 25 personas
Desde Solisal a La Isla Pajarito	\$ 9.00 por persona, de 26 a 30 personas
(Dependen de la cantidad de personas)	\$ 8.00 por persona de 31 a 40 personas
	\$ 7.00 por persona de 41 a 50 personas
	\$ 6.00 por persona de 51 a 60 personas

Paseos en Lancha Deportiva motor 150hp “Gaviota Wix- The King”	
Desde Solisal a La Isla Pajarito (Capacidad para 8 personas o menos)	\$80.00
Paseos en Lancha Deportiva motor 90hp Desde Solisal a La Isla Pajarito (Capacidad para 8 personas o menos)	\$80.00
Paseos en Lancha Artesanal	
Desde Solisal a La Isla Pajarito (Capacidad para 10 personas o menos)	\$55.00
Paseo en Minicrucero “Coloco”	
Recorrido entorno a la Isla Madresal, Isla Pajarito, La Pirraya, Punta Rancho Viejo, Isla San Sebastián, Manglares el canal del Chile. (Precios dependen de la cantidad de personas).	\$16.00 por persona de 20 a 25 personas
	\$ 14.00 por persona, de 26 a 30 personas
	\$ 13.00 por persona de 31 a 40 personas
	\$ 11.00 por persona de 41 a 50 personas
	\$ 10.00 por persona de 51 a 60 personas
Paseos en Lancha Deportiva motor 150hp “Gaviota Wix- The King”	
Recorrido entorno a la Isla Madresal, Isla Pajarito, La Pirraya, Punta Rancho Viejo, Isla San Sebastian, Manglares el canal del Chile. (Capacidad para 8 o menos personas).	\$125.00
Paseos en Lancha Deportiva motor 225hp Recorrido entorno a la Isla Madresal, Isla Pajarito, La Pirraya, Punta Rancho Viejo, Isla San Sebastian, Manglares el canal del Chile. (Capacidad para 8 o menos personas).	\$150.00
Paseos en Lancha Artesanal	

Recorrido entorno a la Isla Madresal, Isla Pajarito, La Pirraya, Punta Rancho Viejo, Isla San Sebastian, Manglares el canal del Chile. (Capacidad para 10 o menos personas).		\$95.00
Actividades Acuáticas		
Donuts o Banana tirada por Lancha Deportiva		\$90.00 / hora
Donuts o Banana tirada por Lancha Artesanal		\$60.00 / hora
Water Sky Aprendizises		\$100.00 / hora
Water Sky		\$70.00 / hora
Kayac		\$5.00 por hora / \$15.00 día
Jet Ski		Desde \$60.00, \$70.00 y \$80.00 por hora
Hospedaje		
Habitaciones de 1 cama		\$55.00 de Lunes a Domingo
Casa de dos habitaciones		\$100.00 Sábado a Domingo \$85.00 Lunes a Viernes
Habitaciones con 2 camas tamaño Full 3 personas		\$40.00 Sábado a Domingo \$35.00 Lunes a Viernes
Habitación con una 1 cama tamaño Queen, 1 cama tamaño Twin, 1 camarote tamaño Full hasta 5 persona		\$60.00 Sábado a Domingo \$55.00 Lunes a Viernes

Tabla 539 Precios del Menu de Solisal

9. PRECIOS DE MENU DE EL DELFIN

PRODUCTOS / SERVICIOS	PRECIOS
Cocteles	
Coctel de Conchas	\$5.00
Coctel de Casco de Burro	\$6.00
Mixto Casco de Burro	\$5.00
Ceviche de Camarón	\$5.00
Coctel de Camarones en Salsa Rosada	\$5.00
Coctel Mixto	\$5.00
Bebidas Frías	
Gaseosas	\$0.50
Gatorade	\$1.25
Powerade	\$1.25
Jugos (enlatados y de botella)	\$0.50
Pichel de Limonada (4 personas)	\$2.00
Agua Cristal 600ml	\$0.50
Café	\$0.35
Licudados	
Guineo con Leche	\$1.00
Fresa con Leche	\$1.00
Zanahoria con Leche	\$1.00
Cervezas	
Pilsener	\$1.00
Golden	\$1.00

Suprema	\$1.50
Corona	\$2.00
Smirnof	\$2.00
Platillos	
Pescado Frito	\$5.00
Camarones	\$7.00
Mariscada	\$7.00
Carne Asada	\$4.00
Pollo	\$4.00
Sopa de Gallina India	\$22.00
Langosta	\$5.00
Hamburguesa	\$1.50
Papas Fritas	\$1.25
Platos Especiales	
Cielo Mar y Tierra (Pollo, Camarón, Res)	\$10.00
Cielo Mar y Tierra (Pollo, Pescado, Res)	\$9.00
Mar y Mar (Pescado y Camarón)	\$8.00
Tres Mares (Pescado, Camarón, Langosta)	\$12.00
Actividades	
Paseos en Lancha	Desde \$35 depende donde quieran visitar
Habitación 24 horas con aire	\$25.00 por personas
Servicios de Recepción	Depende de la cantidad de personas comienzan en \$100.00 los paquetes

Tabla 540 Precios de Menu El Delfin

10. PRECIOS DE MENU DE SOL DE TASAJERA

PRODUCTO – ACTIVIDADES	PRECIOS
Platos Fuertes	
Filete de Pescado Alcarapado	\$9.00
Pescado a la Plancha	\$7.00
Pescado Frito	\$5.00 - \$6.00 - \$7.00
Filete de Pescado Relleno	\$9.00
Spagetti con Vegetales y Mariscos	\$6.00
Pollo al Jengibre con Manzanas	\$8.00
Pechuga de Pollo a la Plancha	\$6.00
Pollo Encebollado	\$5.00
Pollo Frito	\$5.00
Carne a la Plancha	\$5.00 - \$6.00
Carne Asada al Ajillo	\$6.00 - \$7.00
Camarones al Ajillo	\$6.00
Camarones rellenos	\$7.00
Cocteles	
Coctel de Conchas	\$4.00 - \$5.00
Coctel de Camarones	\$5.00 - \$6.00
Bebidas Frías	
Gaseosas	\$0.75
Agua	\$1.00
Jugos Artificiales	\$0.75
Bebidas Calientes	

Café	\$0.50
Te negro	\$1.00
Chocolate	\$0.75
Licados	
Fresas con Leche	\$1.50
Fresas con Jugo de Naranja	\$2.00
Banano con Leche	\$1.50
Sandia con Leche (por temporada)	\$1.50
Sandia con Jugo de Naranja (por temporada)	\$2.00
Naranja y Zanahoria	\$2.00
Típicos	
Pupusas	Depende la especialidad comienzan desde \$0.75 ctvs
Pupusas en Delivery	\$1 adicional por persona
Bebidas Alcohólicas	
Pilsener	\$1.50
Golden	\$1.50
Corona	\$2.00
Heiniken	\$2.00
Actividades	
Paseos en Carreta	\$5.00
Paseos a Caballo	\$5.00
Pesca Artesanal	\$5.00
Paseos en Cayuco	\$5.00

Liberación de Tortugas	\$5.00
Alojamiento	
Cabaña Privada Garrobo (2 personas)	\$30.00 / noche
Cabaña Privada Tortuga (3 personas)	\$40.00 / noche
Cabaña Privada Maraión (4 personas)	\$48.00 / noche
Dormitorio Estrellita de Mar (individual)	\$10.00 / noche

Tabla 541 Precios de Sol de Tasajera

11. PRECIOS DE MENU DE LA TORTUGA VERDE



LA TORTUGA VERDE

TODOS LOS PLATOS SE PREPARAN EN EL MOMENTO, POR FAVOR
ALL DISHES ARE MADE FRESH TO ORDER. PLEASE BE PATIENT WITH OUR KITCHEN
EL TIEMPO DE ESPERA SE CONSIDERA EN SU COSTO. A WAITING TIME IS CONSIDERED TO YOUR BILL.

La Tortuga Verde es un restaurante propio, y como todo restaurante no es permitido el ingreso de alimentos o bebidas desde afuera, de cualquier índole, para ingresar con botellas de agua, bebidas, pastel de cumpleaños, leche para bebés, chistes y sonrisas, en caso de ingresar con botellas de agua, vino, champagne o refrescos, como no ofrecemos en el menú, el costo adicional por el desecho será de \$10.00.

La Tortuga Verde is a proper restaurant and like all restaurants we do not allow food or beverage from outside. That being said you are welcome to bring in bottled water, watermelon, special birthday cakes, formula, chips & nuts. In the event you have a favorite liquor, wine, champagne or "moo" that we do not offer you are welcome to consume that here and we will add a corkage charge of \$10.00 to your bill. La Tortuga Verde has the right to inspect all contents upon entry.

La Tortuga Verde tiene los derechos e inspeccionar todas las helenas que ingresen en el Restaurante.

For a KID
We do not have a milk with protein added for baby's but we do have a milk with a protein supplement added to our milk. If you have a baby you may want to bring your own milk. We do not have a milk with protein added for baby's but we do have a milk with a protein supplement added to our milk. If you have a baby you may want to bring your own milk.

Coffee
Es necesario traer el propio café, por favor traer el propio café. Si desea traer el propio café, por favor traer el propio café. Si desea traer el propio café, por favor traer el propio café.

Bread & Toast
The bread has been and will be made with our own flour. The special breads are made with our own flour. The special breads are made with our own flour. The special breads are made with our own flour.

Water
Nuestro agua potable es de la ciudad de San Juan. Nuestra agua potable es de la ciudad de San Juan. Nuestra agua potable es de la ciudad de San Juan. Nuestra agua potable es de la ciudad de San Juan.

DESAYUNOS BREAKFAST

Todos los desayunos incluyen un vaso de jugo de naranja de botella y café o leche.
All breakfast dishes are served with a small glass of orange juice and your choice of coffee or milk.

Costel de frutas / Fresh fruit cocktail	\$3.00
Tortitas Francesas (2 platos) con miel / French Toast (2 plates) served with honey	\$3.75
Orden de pancakes (3 platos) con miel / Pancakes (3 served with honey)	\$3.75
Comifakes con leche caliente o fría / Comifakes with warm or cold milk	\$3.75
Desayuno típico estadounidense (2 platos de queso, frijoles, plátanos, queso blanco, 2 panes tostados o 2 tortitas) / Typical American Breakfast (2 plates of cheese, beans, white cheese & 2 pieces of toast or 2 tortillas)	\$4.50
Desayuno saludable (bowl de frutas frescas del día con granola y yogurt) / Healthy breakfast: a bowl of fresh fruit of the day served with granola and yogurt	\$6.00
Omelette (3 huevos revueltos de jamón y queso, con queso, frijoles, plátanos y 2 panes o 2 tortitas) / Omelette (3 eggs omelet with ham and cheese, served with cheese, refried beans, banana, plátanos and 2 pieces of toast or 2 tortillas)	\$6.00
Desayuno La Tortuga (filete de pescado, 2 platos de queso, frijoles, plátanos, queso blanco, 2 panes tostados o 2 tortitas) / La Tortuga Breakfast: grilled fish filet served with 2 eggs, refried beans, banana, plátanos, white cheese, 2 pieces of toast or 2 tortillas	\$7.00

DESAYUNO INFANTIL KIDS BREAKFAST MENU

Panelitos (2 más), con leche o vaso de jugo de naranja de botella / 2 small panicles served with milk or a small glass of bottled orange juice	\$3.50
Desayuno típico con huevo al gusto, plátanos, 1 pan tostado o 1 tortilla y leche o vaso de jugo de naranja de botella / Typical breakfast: 1 egg served with sautéed plátanos, 1 piece of toast or 1 tortilla & milk or a small glass of bottled orange juice	\$3.75
Mixto (filete de pollo con papas, refritos, pollo, queso blanco, queso crema, 2 panes tostados o 2 tortitas) / Mixed (filet with chicken, potatoes, refritos, chicken, white cheese, 2 pieces of toast or 2 tortillas)	\$3.00

Desayuno no está disponible después de las 10am - Breakfast served until 10am

BEBIDAS BEVERAGES

¡No tenemos un menú de bebidas para niños! Si desea traer el propio café, por favor traer el propio café. Si desea traer el propio café, por favor traer el propio café.

JUCOS Y GASEADAS JUICES AND SODAS	LICUADOS SMOOTHIES
Vaso de jugo de naranja de botella / Bottled orange juice	Licuada de papaya con leche / Smoothie with papaya & milk
Vaso de leche / Glass of milk	Licuada de fresa con leche / Smoothie with strawberry & milk
Soda / Please ask for selection	Licuada de jamaica con leche / Smoothie with pineapple & milk
Agua en botella / Bottled water	Licuada de manzana con leche / Smoothie with apple & milk
Coco natural / Coconut water - right from the cocon	Licuada de banana con leche / Smoothie with banana & milk
Powerrade	Licuada de mango con leche / Smoothie with mango & milk
Jugo de naranja natural / Orange juice, fresh squeezed	Licuada de banana y papaya con leche / Smoothie with banana, papaya & milk
Jugo de zanahoria natural / Carrot juice, fresh squeezed	Licuada de banana y fresa con leche / Smoothie with banana, strawberries & milk
Jugo de zanahoria y apio natural / Carrot juice, fresh squeezed	Licuada La Tortuga: fresas del día con leche / La Tortuga Smoothie: fresh fruit of the day & milk
Jugo de naranja y plátano natural / Orange & pineapple juice, fresh squeezed	Licuada de manzana de miel, banana y leche / Smoothie with apple butter, banana & milk
Limonada natural / Fresh squeezed lemonade with water	
Limonada con soda / Fresh squeezed lemonade with soda	

TE Y CAFÉ
TEA AND COFFEE

Te caliente (limonada, menta o negro) / Hot tea (lemonade, peppermint or black)	\$0.75
Café de la Cafetera / Hot fresh brewed coffee	\$1.00
Café instantáneo / Hot instant coffee	\$1.00

Licuados se preparan con agua de coco o jugo de naranja natural o leche de soja para \$1.00 adicional.
Smoothies can be prepared with fresh coconut water or fresh squeezed orange juice or soy milk for \$1.00 extra.

MENU INFANTIL KIDS MENU

Te sugerimos igualmente traer en el menú de sandwiches por más opciones.
We suggest you ask for the sandwich portion of the menu for more small meal options.

Miel espagueti en salsa de tomate con queso rallado y queso / Small portion of spaghetti served with tomato sauce, parmesan cheese & 1 piece of toast	\$3.75
Mil pollo a la plancha con papa frita, lechuga, tomate, papaja y 1 tortilla / 1 oz of grilled chicken breast served with french fries, lettuce, tomato, papaya & 1 tortilla	\$4.25
Mil Lenteja, 4 oz de arroz con papa frita, lechuga, tomate, papaja y 1 tortilla / 4 oz of lentils served with french fries, lettuce, tomato, papaya & 1 tortilla	\$4.00
Mil filete de pescado a la plancha con papa frita, lechuga, tomate, papaja y 1 tortilla / 4 oz of grilled fish served with french fries, lettuce, tomato, papaya & 1 tortilla	\$6.00

ENSALADAS SALADS

¡No tenemos un menú de ensaladas para niños! Si desea traer el propio café, por favor traer el propio café. Si desea traer el propio café, por favor traer el propio café.

Ensalada básica (leche, queso, tomate, papaja, queso blanco, queso crema, 2 panes tostados o 2 tortitas) / Basic salad (milk, cheese, tomato, papaya, white cheese, 2 pieces of toast or 2 tortillas)	\$4.50
Ensalada La Tortuga (leche, queso, tomate, papaja, queso blanco, queso crema, 2 panes tostados o 2 tortitas) / La Tortuga Salad (milk, cheese, tomato, papaya, white cheese, 2 pieces of toast or 2 tortillas)	\$10.00

Incluye papa frita o spaghetti por solo \$1.00 más.
Add French fries or spaghetti for only \$1.00 extra.

SANDWICHES

Sandwich de queso tostado / Grilled cheese sandwich	\$3.00	Hamburguesa / Hamburger	\$6.50
Sandwich de mantecado de miel y mermelada / "PB" peanut butter & jelly	\$5.00	Sandwich de pescado a la plancha / Grilled fish of day sandwich	\$6.50
Sandwich de jamón y queso tostado / Grilled ham & cheese	\$5.50	Club Sandwich / Club sandwich	\$7.50
Sandwich de pollo a la plancha / Grilled chicken breast sandwich	\$5.50	Sandwich La Tortuga con 2 trozos de pescado / La Tortuga Sandwich with 2 pieces of grilled fish of day	\$8.00
Sandwich de camarón jumbo / Jumbo shrimp sandwich	\$10.00		
Sandwich de langosta / Lobster sandwich	\$15.00		

Todos los sandwiches vienen en pan de hamburguesa o pan blanco o integral, con queso americano, lechuga, tomate, papaja y mostaza. All sandwiches come on a hamburger bun or on white or whole bread & are served with American cheese, lettuce, tomato, papaya & mustard.

Incluye papa frita o spaghetti por solo \$1.00 más.
Add French fries or spaghetti for only \$1.00 extra.

FAJITAS

Plato básico de filete (lechuga, tomate, chile dulce, cebolla, frijoles, arroz, queso blanco rayado) & 3 tortillas de harina / Basic: Beef, fajita plate includes tomato, onion, pepper, onion, refried beans, rice, ground white cheese & 3 tortillas flour tortillas (not included)

1 oz de pollo / 1 oz of chicken	\$8.00	8 oz de res / 8 oz of beef	\$10.00	8 oz de pescado / 8 oz of fish	\$11.00	8 oz de camarón / 8 oz of baby shrimp	\$12.00
---------------------------------	--------	----------------------------	---------	--------------------------------	---------	---------------------------------------	---------

Fajitas La Tortuga incluye 4 oz de pollo, 4 oz de res, 4 oz de pescado y 4 oz de camarón / Tortuga Fajitas come with 4oz chicken, beef, fish & baby shrimp

Incluye papa frita o spaghetti por solo \$1.00 más.
Add French fries or spaghetti for only \$1.00 extra.

TACOS

Plato básico de filete (lechuga, queso, frijoles, arroz, queso blanco rayado) & 3 tortillas de maíz / Basic: Beef, taco plate includes cheese, tomato, onion, pepper, onion, refried beans, rice, ground white cheese & 3 corn tortillas (not included)

1 oz de pollo / 1 oz of chicken	\$9.00	8 oz de res / 8 oz of beef	\$10.00	8 oz de pescado / 8 oz of fish	\$11.00	8 oz de camarón / 8 oz of baby shrimp	\$12.00
---------------------------------	--------	----------------------------	---------	--------------------------------	---------	---------------------------------------	---------

Tacos La Tortuga con 4 oz de pollo, 4 oz de res, 4 oz de pescado y 4 oz de camarón / Tortuga Tacos with 4 oz each of chicken, beef, fish & baby shrimp

Incluye papa frita o spaghetti por solo \$1.00 más.
Add French fries or spaghetti for only \$1.00 extra.

PASTAS

¡No tenemos un menú de pastas para niños! Si desea traer el propio café, por favor traer el propio café. Si desea traer el propio café, por favor traer el propio café.

broccoli o cauliflower / broccoli or cauliflower	\$5.00	4 oz de pollo / 4 oz of chicken	\$6.50	4 oz de albondigas / 4 oz of meatballs	\$9.50	4 oz de pescado / 4 oz of fish	\$8.50	4 oz de camarón / 4 oz of baby shrimp	\$10.00
--	--------	---------------------------------	--------	--	--------	--------------------------------	--------	---------------------------------------	---------

Espagueti La Tortuga viene con 4 oz de pollo, 4 oz de carne y 4 oz de albondigas / La Tortuga Spaghetti comes with, 4 oz of chicken, 4 oz of beef, and 4 oz of meatballs

Espagueti Muehlen La Tortuga viene con 1 taza de langostinos, 4 oz de camarón y 4 oz de pescado / La Tortuga Spaghetti Muehlen comes with 1 cup of shrimp, 4 oz of baby shrimp, and 4 oz of fish

PLAN DE DESARROLLO TURISTICO PARA LA COOPERATIVA PUNTA REAL DE R.L.

VEGETERIANO		MARISCOS	
VEGETARIAN		SEAFOOD	
<p>VEGETERIANO VEGETARIAN</p> <p>In El Salvador they call the vegetables before they cook them. In the USA they call them "raw" or "fresh" (not baked). In some cases they call them "raw" or "fresh" (not baked). In some cases they call them "raw" or "fresh" (not baked). In some cases they call them "raw" or "fresh" (not baked).</p>		<p>MARISCOS SEAFOOD</p>	
Bandadilla de tofu con lechuga, tomate, pepino, cebolla y queso blanco en pan hamburguesa tostada	\$5.00	Resacado en salsa de tomate, cebolla y queso blanco en pan hamburguesa tostada	\$11.00
Tofu sautéed with lettuce, tomato, cucumber, onion & white cheese served on a toasted bun		White fish filet sautéed & sautéed with baby shrimp & vegetables served in American cheese sauce	\$11.00
Frijoles de soja con chile dulce, tomate, cebolla y queso blanco en 3 tortillas de maíz	\$6.50	Filete de pescado al ajillo, al gusto o a la plancha o emparrillado	\$15.50
Tofu sautéed with sautéed green pepper, tomato, onion & white cheese, served with 3 flour tortillas		Pescado a la plancha	\$15.50
Tacos de tofu incluye cilantro, frijoles fritos, arroz y queso blanco mojado con 3 tortillas de maíz	\$7.00	Grilled whole fresh fish	\$15.50
Tofu tacos with cilantro, refried beans, rice & grated white cheese in 3 corn tortillas		Pescado relleno de camarón y vegetales en salsa de queso Americano	\$15.50
Vegetales sautéados (broccoli, tomate, cauliflower, zanahoria y zucchini), con queso blanco, arroz y frijoles fritos	\$7.50	White fish filet sautéed & sautéed with baby shrimp & vegetables served in American cheese sauce	\$17.00
Sautéed vegetables (broccoli, tomato, cauliflower, onion & carrots), served with white cheese, rice & refried beans		Camarones al gusto a la plancha, emparrillados o fritos, empanizados o al ajillo	\$19.50
Ensalada de tofu con lechuga, huevo duro, tomate, cebolla, zanahoria y queso blanco	\$8.00	Grilled, fried, or broiled shrimp in a tomato or garlic sauce	\$19.50
Tofu salad with lettuce, hard boiled egg, broccoli, cauliflower, tomato, cornbread croutons & white cheese		Mariachis con crema o natural le incluye langosta, camarones, camarón y jalisco	\$19.50
Vegetales sautéados con tofu, brocoli, tomate, cebolla, zanahoria con queso blanco, arroz y frijoles	\$10.50	Los Mariachis con crema o natural le incluye langosta, camarones, camarón y jalisco	\$19.50
Sautéed tofu with broccoli, tomato, cauliflower, carrots, served with white cheese, rice & refried beans		Langosta a la plancha o al ajillo	\$25.50
Espagueti con salsa, brocoli, tomate, cebolla, zanahoria y zanahoria en salsa de tomate, con queso blanco mojado y pan tostado	\$11.00	Fresh whole lobster grilled or prepared in a garlic sauce	\$25.50
Spaghetti with sauce, broccoli, tomato, onion, cauliflower & carrots served in tomato sauce and served with grated white cheese and toasted bread		Langosta La Tortuga Verde rellena de camarones y vegetales en salsa de queso Americano	\$25.50
<p>SOPAS SOUPS</p>		<p>CARNES BEEF</p>	
Sopa de Verduras	\$5.50	Lonche de res a la plancha	\$8.50
Vegetable soup		Grilled beef sandwich	\$15.50
Sopa de Tortilla	\$8.00	Churrasco argentino con churrasco y papa al horno	\$15.50
Tomato broth soup with vegetables, cheese, avocado, crunchy corn tortilla chips & cream		Beef tenderloin & Churrasco average priced and served with baked potato	\$19.50
Sopa de Pollo	\$8.50	Mary y Elena incluye lonche de res con 2 camarones mediano o con 2 camarones jumbo	\$19.50
Chicken & vegetable soup served with tortilla		Surf & Turf with beef tenderloin and 2 jumbo shrimp	\$35.50
Sopa de Pescado	\$9.00	Mateo a La Tortuga Verde incluye lonche de res, Churrasco, langosta, camarones, pollo al gusto, papa al horno & papas fritas	\$35.50
Fish & vegetable soup served with tortilla		La Tortuga Verde Mateo Special incluye beef tenderloin, Churrasco, jamon, jumbo shrimp, churrasco, baked potato & French fries	\$35.50
<p>COCTELES DE MARISCOS SEAFOOD COCKTAILS</p>		<p>POLLO CHICKEN</p>	
Canchitas en ceviche	\$8.50	Perchito de pollo a la plancha, empanizado o emparrillado	\$7.50
Fresh local black clams marinated in fresh lime juice with tomato, onion & cilantro		Grilled chicken breast in a tomato sauce or with caramelized onion	\$8.50
Camarones con salsa rosada	\$6.50	Perchito de pollo a la plancha en salsa de barbacoa	\$8.50
Fresh baby shrimp sautéed & served with pink cocktail sauce		Grilled chicken breast in barbecue sauce	\$8.50
Ceviche de camarón	\$8.50	Pollo Cordon Rojo preparado emparrillado y frito, relleno de jamon y queso Americano	\$8.50
Fresh baby shrimp marinated in fresh lime juice with tomato, onion & cilantro		Chicken Cordon Rojo: chicken breast breaded & fried, served with ham & American cheese	\$15.50
Ceviche de pescado	\$10.50	Pollo a La Tortuga con 1 emparrillado, 1 a la plancha y 1 en salsa de barbacoa	\$15.50
Fresh local fresh fish marinated in fresh lime juice with tomato, onion & cilantro		Tortuga Chicken (3 pieces) 1 empanizado, 1 picado & 1 en barbacoa sauce	\$15.50
Camarón con salsa rosada	\$10.50	<p>LICOR LIQUOR</p>	
Fresh medium sized shrimp marinated in fresh lime juice with tomato, onion & cilantro		<p>RON</p>	
Mateo a La Tortuga Verde incluye canchitas, camarón y pescado en ceviche	\$15.50	<p>TEQUILA</p>	
Tortuga Ceviche: Black clams, baby shrimp & fresh local fish marinated in lime juice with tomato, onion & cilantro		<p>VODKA</p>	
<p>ADICIONALES SIDE ORDERS</p>		<p>CERVEZAS BEERS</p>	
Orden de tortillas de maíz (2)	\$5.50	Golden Pilsener	\$1.80
Side of corn tortillas (2)		Suprema Modelo Cerveja	\$2.00
Orden de pan tostado (2)	\$6.50	Heineken	\$2.50
Side of toast (2 pieces)		Corona	\$2.50
Orden de pan tostado especial	\$1.00	Smirnoff	\$2.50
Side of special bread prepared from plantain		<p>MESCLAS COCKTAILS</p>	
Orden de frijoles	\$1.00	Piña Colada	\$5.00
Side of refried beans		Margarita	\$5.00
Orden de arroz	\$1.00	Cuba libre	\$3.50
Side of rice		<p>PIÑA COLADA SIN LICOR Margarita sin licor</p>	
Orden de aguacate	\$1.00	<p>\$9.50</p>	
Side of avocado		<p>\$3.50</p>	
Orden de queso duro blanco	\$1.00	<p>BOCACAS SNACKS</p>	
Side of hard white cheese		<p>Bandadilla de Queso</p>	
Orden de papas fritas	\$1.00	<p>Grilled American Cheese sandwich bites</p>	
Side of french potatoes		<p>Canchitas al natural con Beben y galletas</p>	
Orden de crema	\$1.00	<p>Fresh local black clams on the half shell served with lime and crackers</p>	
Side of local cream		<p>Camarones sautéados en ajo y aceite de oliva con papas</p>	
Orden de papas	\$2.00	<p>Fresh baby shrimp sautéed in garlic & olive oil and served with crackers</p>	
Side of french chips		<p>Pescadito de camarón sautéados con ajo</p>	
<p>BOCACAS SNACKS</p>		<p>CHAMPANIA / SPARKLING WINE</p>	
Bandadilla de Queso	\$17.50	<p>Blanco / White</p>	
Grilled American Cheese sandwich bites		<p>Rojo / Red</p>	
Canchitas al natural con Beben y galletas	\$2.50	<p>Rosa / Rose</p>	
Fresh local black clams on the half shell served with lime and crackers	\$4.00	<p>Champaña / Sparkling wine</p>	
Camarones sautéados en ajo y aceite de oliva con papas	\$4.50	<p>COPA</p>	
Fresh baby shrimp sautéed in garlic & olive oil and served with crackers	\$4.50	<p>Blanco / White</p>	
Pescadito de camarón sautéados con ajo	\$4.50	<p>Rojo / Red</p>	
Fresh fish bites grilled with garlic and served with crackers	\$4.50	<p>Rosa / Rose</p>	
Boca de La Tortuga pedacitos de pescado, pollo, camarones, canchitas, carne y sandwichitos de queso tostado	\$17.50	<p>Champaña / Sparkling wine</p>	
Tortuga Snack Platter: a sampling of fish, omelet, chicken, baby shrimp, black clams, beef & garlic cheese bites		<p>\$4.00</p>	

Tabla 542 Menú de La Tortuga Verde

12. INSTRUMENTO PARA ENCUESTAR A FAMILIAS TURISTAS



**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA
ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL**

ENCUESTA SOBRE TURISMO A FAMILIAS

Objetivo: Recolectar información sobre los gustos y preferencias de las familias que realizan actividades de turismo a lo largo de nuestro país El Salvador,

Indicaciones: Estimado/a encuestado/a, le agradecemos que nos dedique parte de su tiempo para contestar la siguiente encuesta, marcando con una "X" al lado de la respuesta que usted desee seleccionar.

A) DATOS GENERALES

Instrucciones: Marque con una X la respuesta que desee seleccionar.

a) Estado Civil:

Soltero/a Casado/a Acompañado/a

b) Edad:

De 20 a 25 años De 26 a 31 años De 32 a 36 años
De 37 a 41 años De 42 a 46 años De 47 a 51 años
De 52 a 56 años Más de 57 años

c) Sexo:

F M

d) Ocupación:

Ama de casa Profesional
Negociante Jubilado/o
Otro (Especificar)

e) Municipio de residencia: _____

f) Departamento de residencia: _____

1) ¿Con quién realiza usualmente actividades turísticas? (Seleccione 1)

Familia Pareja
Amigos Compañeros de trabajo
Otros (Especifique) _____

2) ¿De cuántas personas se compone su grupo familiar? (Seleccione 1)

De 3 personas De 4 personas
De 5 personas De 6 personas
Más de 7 personas Más de 10 personas

3) ¿Con cuantas personas realiza usualmente sus actividades turísticas? (Seleccione 1)

1 persona	<input type="checkbox"/>	2 a 3 personas	<input type="checkbox"/>
4 a 5 personas	<input type="checkbox"/>	6 a 7 personas	<input type="checkbox"/>
8 a 9 personas	<input type="checkbox"/>	Más de 10 personas	<input type="checkbox"/>

4) ¿Qué medio de transporte utiliza usted para realizar sus viajes turísticos? (Seleccione 1)

Vehículo Propio	<input type="checkbox"/>	Vehículo Alquilado	<input type="checkbox"/>
Transporte Publico	<input type="checkbox"/>	Tour Operadores	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>	(Especifique) _____	

5) ¿Cuenta con algún presupuesto previo para la realización de sus salidas turísticas?
(Si su respuesta es SI pase a la pregunta 6 si es NO pase a la pregunta 7).

Si No

6) Si su respuesta es SI a la pregunta anterior selección de los siguientes rangos entre
¿Cuáles esta su presupuesto? (Seleccione 1)

Entre \$10 a \$20 por persona	<input type="checkbox"/>	Entre \$21 a \$25 por persona	<input type="checkbox"/>
Entre \$26 a \$30 por persona	<input type="checkbox"/>	Entre \$31 a \$35 por persona	<input type="checkbox"/>
Entre \$36 a \$40 por persona	<input type="checkbox"/>	Más de \$41 por personas	<input type="checkbox"/>
Entre \$30 a \$50 por núcleo familiar	<input type="checkbox"/>	Entre \$51 a \$80 por núcleo familiar	<input type="checkbox"/>
Entre \$81 a \$100 por núcleo familiar	<input type="checkbox"/>	Entre \$101 a \$150 por núcleo familiar	<input type="checkbox"/>
Más de \$150 por núcleo familiar	<input type="checkbox"/>	Más de 200 por núcleo familiar	<input type="checkbox"/>

7) ¿Cuántas veces al año realiza actividades turísticas? (Seleccione 1)

1 vez a la semana	<input type="checkbox"/>	1 vez al mes	<input type="checkbox"/>
2 veces al mes	<input type="checkbox"/>	6 veces al año	<input type="checkbox"/>
3 veces al año	<input type="checkbox"/>	12 veces al año	<input type="checkbox"/>
Más de 12 veces al año	<input type="checkbox"/>	1 vez al año	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	(Especifique) _____	

8) ¿En qué época realiza más sus actividades turísticas? (Seleccione 1)

Vacaciones del trabajo	<input type="checkbox"/>	Vacaciones de Fin de año	<input type="checkbox"/>
Semana Santa	<input type="checkbox"/>	Vacaciones de Agosto	<input type="checkbox"/>
Periodos vacacionales (Semana Santa, Agosto y fin de año)	<input type="checkbox"/>	Cualquier mes del año	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/>	(Especifique) _____	

9) ¿Cuándo realiza turismo que actividades practica generalmente? (Selecciones 1 o más)

Senderismo	<input type="checkbox"/>	Deportes Acuáticos	<input type="checkbox"/>
Escalada	<input type="checkbox"/>	Visita a Sitios Arqueológicos	<input type="checkbox"/>
Bici montaña	<input type="checkbox"/>	Visita a Pueblos Coloniales	<input type="checkbox"/>
Cabalgata	<input type="checkbox"/>	Visita a Playas	<input type="checkbox"/>
Acampar	<input type="checkbox"/>	Visita a Ríos	<input type="checkbox"/>
Gastronomía	<input type="checkbox"/>	Visita a Lagos	<input type="checkbox"/>
Observación de Fauna y Flora	<input type="checkbox"/>	Visita a Balnearios	<input type="checkbox"/>
Observación de Actividad	<input type="checkbox"/>	Deportes extremos	<input type="checkbox"/>
Actividad de relajación	<input type="checkbox"/>	Otros (Especifique) _____	

10) ¿Durante cuánto tiempo realiza generalmente sus salidas turísticas? (Seleccione 1, si su respuesta es mayor a 1 día pase a la pregunta 11 sino pase a la pregunta 12).

1 día	<input type="checkbox"/>	2 días	<input type="checkbox"/>
3 días	<input type="checkbox"/>	4 días	<input type="checkbox"/>
5 días	<input type="checkbox"/>	6 días	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>	(Especifique)	_____

11) Si su respuesta anterior es mayor a 1 día ¿En qué lugares prefiere alojarse generalmente? (Seleccione 1).

Hoteles	<input type="checkbox"/>	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>
Hostales	<input type="checkbox"/>	Tienda de dormir	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>	(Especifique)	_____

12) ¿Conoce sobre las rutas turísticas de El Salvador? (Si su respuesta es SI pase a la pregunta 13 si su respuesta es NO pase a la pregunta 14).

Si No

13) ¿Cuáles rutas turísticas del país ha visitado? (Seleccione 1 o más)

<input type="checkbox"/>	Ruta de las Cumbres	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Ruta de Sol y Playa	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Circuito de Pesca Artesanal	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Tour Monseñor Romero	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Todas las anteriores	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	Ruta del Café	
<input type="checkbox"/>	Ruta de las Flores	
<input type="checkbox"/>	Ruta Artesanal	

14) ¿Conoce sobre los circuitos turísticos de El Salvador?

Si No

15) ¿Conoce algún pueblo vivo de El Salvador?

Si No

16) ¿Ha realizado turismo en algún pueblo vivo de El Salvador?

Si No

17) Enumere en orden jerárquico del 1 al 7 su preferencia al realizar los diferentes tipos de turismo: (Siendo 1 el de mayor preferencia y 7 el de menor preferencia).

<input type="checkbox"/>	Turismo de Sol y Playa	<input type="checkbox"/>	Turismo Medico
<input type="checkbox"/>	Ecoturismo	<input type="checkbox"/>	Turismo Religioso
<input type="checkbox"/>	Turismo de Aventura	<input type="checkbox"/>	Turismo Gastronómico
<input type="checkbox"/>	Turismo Arqueológico	<input type="checkbox"/>	Otro (Especifique) _____

18) ¿Por qué medio se informa para determinar el lugar donde va realizar sus actividades turísticas? (Seleccione 1 o más).

<input type="checkbox"/>	Television	<input type="checkbox"/>	Periódico
<input type="checkbox"/>	Página de CORSATUR	<input type="checkbox"/>	Radio
<input type="checkbox"/>	Páginas Web	<input type="checkbox"/>	Redes Sociales
<input type="checkbox"/>	Recomendaciones de conocidos	<input type="checkbox"/>	Otro (Especifique) _____

19) Considera que es importante la señalización turística:

Si No

20) De los siguientes elementos seleccione del 1 al 5 los que considera más importantes que debe existir en un lugar turístico. (Siendo 1 el mayor y 5 el menor).

Aseo y Limpieza Servicios Básicos

Precios accesibles	<input type="checkbox"/>	Internet	<input type="checkbox"/>
Gastronomía	<input type="checkbox"/>	Música	<input type="checkbox"/>
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Seguridad	<input type="checkbox"/>
Fácil acceso	<input type="checkbox"/>	Diversidad en la oferta turística	<input type="checkbox"/>

21) ¿Ha escuchado hablar sobre la Bahía de Jiquilisco?

Si No

22) ¿Estaría dispuesto a visitar la Bahía de Jiquilisco para realizar actividades de turismo? (Si su respuesta es NO contesté la pregunta 23 si su respuesta es SI pase a la pregunta 24)

Si No

23) Si su respuesta a la pregunta anterior fue NO conteste lo siguiente ¿Por qué no le gustaría visitar la Bahía de Jiquilisco para turismo?

Por la distancia (muy lejos)	<input type="checkbox"/>	Por el tipo de turismo que oferta	<input type="checkbox"/>
Por la inseguridad del lugar	<input type="checkbox"/>	Por los precios elevados	<input type="checkbox"/>
No le llama la atención	<input type="checkbox"/>	Otros (Especifique)	<input type="checkbox"/>

24) ¿Ha visitado alguna vez la Bahía de Jiquilisco? (Si su respuesta es SI pase a la pregunta 25 si su respuesta es NO pase a la pregunta 28).

Si No

25) ¿Qué lugares ha visitado en la Bahía de Jiquilisco? (Selecciones 1 o más)

El malecón	<input type="checkbox"/>	Restaurantes alrededor del Malecón	<input type="checkbox"/>
Los Restaurantes Flotantes	<input type="checkbox"/>	Restaurante Stefany	<input type="checkbox"/>
Centro Ecoturístico Punta Real	<input type="checkbox"/>	Bahía Sport	<input type="checkbox"/>
Isla Madresal	<input type="checkbox"/>	Isla Rancho Viejo	<input type="checkbox"/>
La Pirraya	<input type="checkbox"/>	Otros (Especifique)	<input type="checkbox"/>

26) ¿Tiene conocimiento de la oficina de información turística del Malecón?

Si No

27) ¿Ha utilizado alguna vez la oficina de información turística del Malecón?

Si No

28) De las siguientes aplicaciones ¿Cuáles tiene? (Selecciones 1 o más)

Facebook	<input type="checkbox"/>	Snapchat	<input type="checkbox"/>
Whatapp	<input type="checkbox"/>	Twitter	<input type="checkbox"/>
Instagram	<input type="checkbox"/>	Todas las anteriores	<input type="checkbox"/>
No tiene redes sociales	<input type="checkbox"/>	Otros (Especifique)	<input type="checkbox"/>

29) De las siguientes redes sociales selecciones las 2 que más utiliza:

Facebook	<input type="checkbox"/>	Snapchat	<input type="checkbox"/>
Whatapp	<input type="checkbox"/>	Twitter	<input type="checkbox"/>
Instagram	<input type="checkbox"/>	Todas las anteriores	<input type="checkbox"/>
No tiene redes sociales	<input type="checkbox"/>	Otros (Especifique)	<input type="checkbox"/>

30) Si existiera un lugar turístico que ofreciera sol, playa y turismo ecológico en conjunto estaría dispuesto a visitarlo:

Si No ¿Por qué? _____

31) De la siguiente lista seleccione los servicios y actividades que le gustaría que ofreciera un destino turístico que mezclara playa y ecoturismo: (Seleccione 1 o más)

Servicio de platillos a base de coco	<input type="checkbox"/>	Servicio bebidas a Base de coco	<input type="checkbox"/>
Menus para niños	<input type="checkbox"/>	Estación de Raspados	<input type="checkbox"/>
Estación de Bar	<input type="checkbox"/>	Tienda de Suvenires	<input type="checkbox"/>
Senderismo	<input type="checkbox"/>	Tienda de artesanías	<input type="checkbox"/>
Paseos en carruaje	<input type="checkbox"/>	Área de juegos para niños	<input type="checkbox"/>
Avistamiento de Tortugas	<input type="checkbox"/>	Venta de productos de coco (jabón, aceite etc.)	<input type="checkbox"/>
Paseos a Caballo	<input type="checkbox"/>	Competencias deportivas (acuáticas y playa)	<input type="checkbox"/>
Estación de bocadillos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Museo Interpretativo	<input type="checkbox"/>
Cenas romanticas	<input type="checkbox"/>	Área de Camping	<input type="checkbox"/>
Alquiler de Kayak	<input type="checkbox"/>	Karaoke	<input type="checkbox"/>
Alquiler de Bananas Inflables	<input type="checkbox"/>	Caminatas nocturnas	<input type="checkbox"/>
Alquiler de Jet sky	<input type="checkbox"/>	Cancha de Futbol playa	<input type="checkbox"/>
Cancha de Voleibol Playa	<input type="checkbox"/>	Alquiler de Bicicletas	<input type="checkbox"/>
Musica en vivo	<input type="checkbox"/>	Área de entretenimiento familiar (juegos de mesa)	<input type="checkbox"/>
Area de spa	<input type="checkbox"/>	Piscina para niños	<input type="checkbox"/>
Otros (Especifique)	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

32) ¿Qué debe tener un destino turístico para que usted se sienta confortable en su visita? (Seleccione 1 o más)

Orden y Limpieza	<input type="checkbox"/>	Personal capacitado	<input type="checkbox"/>
Señalización en sus instalaciones	<input type="checkbox"/>	Seguridad	<input type="checkbox"/>
Precios Bajos	<input type="checkbox"/>	Servicio de Transporte	<input type="checkbox"/>
Servicio de Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Servicios Básicos	<input type="checkbox"/>
Variedad en su oferta turística	<input type="checkbox"/>	Servicio de Restaurante	<input type="checkbox"/>
Otros (Especifique)	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

33) De los siguientes aspectos ¿Cuáles de ellos motivan más al momento decidir donde realizar turismo? (Selecciones hasta un máximo de 4 opciones).

El tipo de turismo que oferta el lugar	<input type="checkbox"/>	La publicidad del destino turístico	<input type="checkbox"/>
Los precios accesibles de la zona	<input type="checkbox"/>	La existencia de promociones	<input type="checkbox"/>
La distancia a la que se encuentra	<input type="checkbox"/>	Que sea reconocido el destino turístico	<input type="checkbox"/>
La seguridad de la zona	<input type="checkbox"/>	Las vías de acceso	<input type="checkbox"/>
Otros (Especifique)	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>

34) ¿A qué rango pertenece el promedio de sus ingresos mensuales familiares:

Menores a \$300	<input type="checkbox"/>	Entre \$301 a \$500	<input type="checkbox"/>
Entre \$501 a \$700	<input type="checkbox"/>	Entre \$701 a \$900.00	<input type="checkbox"/>
Entre \$901 a \$1,100	<input type="checkbox"/>	Entre de \$1,101 a \$1,500	<input type="checkbox"/>
Entre \$1,501 a \$2,000	<input type="checkbox"/>	Entre \$2,001 o mas	<input type="checkbox"/>

¡¡GRACIAS POR SU COLABORACION, FELIZ DIA!!

13. INSTRUMENTO PARA ENCUESTAR JOVENES TURISTAS



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA
ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL

ENCUESTA SOBRE TURISMO PARA JOVENES

Objetivo: Recolectar información sobre los gustos y preferencias a los jóvenes que realizan actividades de turismo a lo largo de nuestro país El Salvador,

Indicaciones: Estimado/a encuestado/a, le agradecemos que nos dedique parte de su tiempo para contestar la siguiente encuesta, marcando con una "X" al lado de la respuesta que usted desee seleccionar.

A) DATOS GENERALES

Instrucciones: Marque con una X la repuesta que desee seleccionar.

a) Edad:

De 18 a 20 años De 21 a 23 años De 24 a 26 años
 De 27 a 29 años 30 años

b) Sexo:

F M

c) Ocupación:

Estudiante Profesional
 Negociante Técnico
 Otro (Especificar) _____

d) Municipio de residencia: _____

e) Departamento de residencia: _____

1) ¿Con quién realiza usualmente actividades turísticas? (Seleccione 1)

Familia Pareja
 Amigos Compañeros de trabajo
 Otros (Especifique) _____

2) ¿Con cuantas personas realiza usualmente sus actividades turísticas? (Seleccione 1)

1 persona 2 a 3 personas
 4 a 5 personas 6 a 7 personas
 8 a 9 personas Más de 10 personas

3) ¿Qué medio de transporte utiliza usted para realizar sus viajes turísticos? (Seleccione 1)

Vehículo Propio Vehículo Alquilado
 Transporte Publico Tour Operadores
 Otros (Especifique) _____

4) ¿Cuánta con algún prepuesto previo para la realización de sus salidas turísticas?

(Si su respuesta es SI pase a la pregunta 6 si es NO pase a la pregunta 7).

Si No

- 5) Si su respuesta es SI a la pregunta anterior selección de los siguientes rangos entre ¿Cuáles esta su presupuesto? (Seleccione 1).

Entre \$10 a \$20 por viaje	<input type="checkbox"/>	Entre \$21 a \$25 por viaje	<input type="checkbox"/>
Entre \$26 a \$30 por viaje	<input type="checkbox"/>	Entre \$31 a \$35 por viaje	<input type="checkbox"/>
Entre \$36 a \$40 por viaje	<input type="checkbox"/>	Entre \$41 a \$45 por viaje	<input type="checkbox"/>
Entre \$46 a \$50 por viaje	<input type="checkbox"/>	Entre \$51 a \$55 por viaje	<input type="checkbox"/>
Entre \$56 a \$60 por viaje	<input type="checkbox"/>	Más de \$60 por viaje	<input type="checkbox"/>

- 6) ¿Cuántas veces al año realiza actividades turísticas? (Seleccione 1)

1 vez a la semana	<input type="checkbox"/>	1 vez al mes	<input type="checkbox"/>
2 veces al mes	<input type="checkbox"/>	6 veces al año	<input type="checkbox"/>
3 veces al año	<input type="checkbox"/>	12 veces al año	<input type="checkbox"/>
Más de 12 veces al año	<input type="checkbox"/>	1 vez al año	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/> (Especifique)	_____	

- 7) ¿En qué época realiza más sus actividades turísticas? (Seleccione 1)

Vacaciones del trabajo	<input type="checkbox"/>	Vacaciones de Fin de año	<input type="checkbox"/>
Semana Santa	<input type="checkbox"/>	Vacaciones de Agosto	<input type="checkbox"/>
Periodos vacacionales (Semana Santa, Agosto y fin de año)	<input type="checkbox"/>	Cualquier mes del año	<input type="checkbox"/>
Otro	<input type="checkbox"/> (Especifique)	_____	

- 8) ¿Cuándo realiza turismo que actividades practica generalmente? (Selecciones 1 o más)

Senderismo	<input type="checkbox"/>	Deportes Acuáticos	<input type="checkbox"/>
Escalada	<input type="checkbox"/>	Visita a Sitios Arqueológicos	<input type="checkbox"/>
Bici montaña	<input type="checkbox"/>	Visita a Pueblos Coloniales	<input type="checkbox"/>
Cabalgata	<input type="checkbox"/>	Visita a Playas	<input type="checkbox"/>
Acampar	<input type="checkbox"/>	Visita a Ríos	<input type="checkbox"/>
Gastronomía	<input type="checkbox"/>	Visita a Lagos	<input type="checkbox"/>
Observación de Fauna y Flora	<input type="checkbox"/>	Visita a Balnearios	<input type="checkbox"/>
Observación de Actividad	<input type="checkbox"/>	Deportes extremos	<input type="checkbox"/>
Actividad de relajación	<input type="checkbox"/>	Otros (Especifique)	<input type="checkbox"/>

- 9) Durante ¿Cuánto tiempo realiza generalmente sus salidas turísticas? (Seleccione 1, si su respuesta es mayor a 1 día pase a la pregunta 11 sino pase a la pregunta 12).

1 día	<input type="checkbox"/>	2 días	<input type="checkbox"/>
3 días	<input type="checkbox"/>	4 días	<input type="checkbox"/>
5 días	<input type="checkbox"/>	6 días	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/> (Especifique)	_____	

- 10) Si su respuesta anterior es mayor a 1 día ¿En qué lugares prefiere alojarse generalmente? (Seleccione 1).

Hoteles	<input type="checkbox"/>	Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>
Hostales	<input type="checkbox"/>	Tienda de dormir	<input type="checkbox"/>
Depende del lugar	<input type="checkbox"/>		
Otros	<input type="checkbox"/> (Especifique)	_____	

11) ¿Conoce sobre las rutas turísticas de El Salvador?
(Si su respuesta es SI pase a la pregunta 13 si su respuesta es NO pase a la pregunta 14).

Si No

12) ¿Cuáles rutas turísticas del país ha visitado? (Seleccione 1 o más)

Ruta de Sol y Playa	<input type="checkbox"/>	Ruta de las Cumbres	<input type="checkbox"/>
Ruta del Café	<input type="checkbox"/>	Circuito de Pesca Artesanal	<input type="checkbox"/>
Ruta de las Flores	<input type="checkbox"/>	Tour Monseñor Romero	<input type="checkbox"/>
Ruta Artesanal	<input type="checkbox"/>	Todas las anteriores	<input type="checkbox"/>

13) ¿Conoce sobre los circuitos turísticos de El Salvador?

Si No

14) ¿Ha visitado algún pueblo vivo de El Salvador?

Si No

15) ¿Ha realizado turismo en algún pueblo vivo de El Salvador?

Si No

16) Enumere en orden jerárquico del 1 al 7 su preferencia al realizar los diferentes tipos de turismo: (Siendo 1 la mayor preferencia y 7 el de menor preferencia).

Turismo de Sol y Playa	<input type="checkbox"/>	Turismo Medico	<input type="checkbox"/>
Ecoturismo	<input type="checkbox"/>	Turismo Religioso	<input type="checkbox"/>
Turismo de Aventura	<input type="checkbox"/>	Turismo Gastronómico	<input type="checkbox"/>
Turismo Arqueológico	<input type="checkbox"/>	Otro (Especifique)	<input type="checkbox"/>

17) ¿Por qué medio se informa para determinar el lugar donde va realizar sus actividades turísticas? (Seleccione 1 o más).

Televisión	<input type="checkbox"/>	Periódico	<input type="checkbox"/>
Página de CORSATUR	<input type="checkbox"/>	Radio	<input type="checkbox"/>
Páginas Web	<input type="checkbox"/>	Redes Sociales	<input type="checkbox"/>
Recomendaciones de conocidos	<input type="checkbox"/>	Otro (Especifique)	<input type="checkbox"/>

18) Considera que es importante la señalización turística:

Si No

19) De los siguientes elementos seleccione del 1 al 5 los que considera más importantes que debe existir en un lugar turístico. (Siendo 1 el menos y 5 el mayor).

Aseo y Limpieza	<input type="checkbox"/>	Servicios Básicos	<input type="checkbox"/>
Precios accesibles	<input type="checkbox"/>	Internet	<input type="checkbox"/>
Gastronomía	<input type="checkbox"/>	Música	<input type="checkbox"/>
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Seguridad	<input type="checkbox"/>
Fácil acceso	<input type="checkbox"/>	Diversidad en la oferta turística	<input type="checkbox"/>

20) ¿Ha escuchado hablar sobre la Bahía de Jiquilisco?

Si No

- 21) ¿Estaría dispuesto a visitar la Bahía de Jiquilisco para realizar actividades de turismo? (Si su respuesta es NO contesté la pregunta 23 si su respuesta es SI pase a la pregunta 24)
 Si No
- 22) Si su respuesta a la pregunta anterior fue NO conteste lo siguiente ¿Por qué no le gustaría visitar la Bahía de Jiquilisco para turismo?
 Por la distancia (muy lejos) Por el tipo de turismo que oferta
 Por la inseguridad del lugar Por los precios elevados
 No le llama la atención Otros (Especifique)
- 23) ¿Ha visitado alguna vez la Bahía de Jiquilisco? (Si su respuesta es SI pase a la pregunta 25 si su respuesta es NO pase a la pregunta 28).
 Si No
- 24) ¿Qué lugares ha visitado en la Bahía de Jiquilisco? (Selecciones 1 o más)
 El malecón Restaurantes alrededor del Malecón
 Los Restaurantes Flotantes Restaurante Stefany
 Centro Ecoturístico Punta Real Bahía Sport
 Isla Madresal Isla Rancho Viejo
 La Pirraya Otros (Especifique)
- 25) ¿Tiene conocimiento de la oficina de información turística del Malecón?
 Si No
- 26) ¿Ha utilizado alguna vez la oficina de información turística del Malecón?
 Si No
- 27) De las siguientes aplicaciones ¿Cuáles tiene? (Selecciones 1 o más)
 Facebook Snapchat
 WhatsApp Twitter
 Instagram Todas las anteriores
 No tiene redes sociales Otros (Especifique)
- 28) De las siguientes redes sociales selecciones las 2 que más utiliza:
 Facebook Snapchat
 WhatsApp Twitter
 Instagram Todas las anteriores
 No tiene redes sociales Otros (Especifique)
- 29) Si existiera un lugar turístico que ofreciera sol, playa y turismo ecológico en conjunto estaría dispuesto a visitarlo:
 Si No ¿Por qué? _____
- 30) De la siguiente lista seleccione los servicios y actividades que le gustaría que ofreciera un destino turístico que mezclara playa y ecoturismo: (Selecione)
 Servicio de platillos a base de coco Servicio bebidas a Base de coco
 Área de spa Estación de Raspados
 Estación de Bar Tienda de Suvenires
 Senderismo Tienda de artesanías
 Scalar Actividad de Pesca

Avistamiento de Tortugas	<input type="checkbox"/>	Venta de productos de coco (jabón, aceite etc.)	<input type="checkbox"/>
Paseos a Caballo	<input type="checkbox"/>	Competencias deportivas (acuáticas y playa)	<input type="checkbox"/>
Estación de bocadillos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Museo Interpretativo	<input type="checkbox"/>
Fogatas nocturnas	<input type="checkbox"/>	Área de Camping	<input type="checkbox"/>
Alquiler de Kayak	<input type="checkbox"/>	Karaoke	<input type="checkbox"/>
Alquiler de Bananas Inflables	<input type="checkbox"/>	Caminatas nocturnas	<input type="checkbox"/>
Alquiler de Jet sky	<input type="checkbox"/>	Cancha de Fútbol playa	<input type="checkbox"/>
Cancha de Voleibol Playa	<input type="checkbox"/>	Alquiler de Bicicletas	<input type="checkbox"/>
Area bailable	<input type="checkbox"/>	Otros (Especifique) _____	<input type="checkbox"/>

31) ¿Qué debe tener un destino turístico para que usted se sienta confortable en su visita?
(Seleccione 1 o más)

Orden y Limpieza	<input type="checkbox"/>	Personal capacitado	<input type="checkbox"/>
Señalización en sus instalaciones	<input type="checkbox"/>	Seguridad	<input type="checkbox"/>
Precios Bajos	<input type="checkbox"/>	Servicio de Transporte	<input type="checkbox"/>
Servicio de Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Servicios Básicos	<input type="checkbox"/>
Variación en su oferta turística	<input type="checkbox"/>	Servicio de Restaurante	<input type="checkbox"/>
Otros (Especifique)	<input type="checkbox"/>		

32) De los siguientes aspectos ¿Cuáles de ellos motivan más al momento decidir donde realizar turismo? (Selecciones hasta un máximo de 4 opciones).

El tipo de turismo que oferta el lugar	<input type="checkbox"/>	La publicidad del destino turístico	<input type="checkbox"/>
Los precios accesibles de la zona	<input type="checkbox"/>	La existencia de promociones	<input type="checkbox"/>
La distancia a la que se encuentra	<input type="checkbox"/>	Que sea reconocido el destino turístico	<input type="checkbox"/>
La seguridad de la zona	<input type="checkbox"/>	Las vías de acceso	<input type="checkbox"/>
Otros (Especifique)	<input type="checkbox"/>		

33) ¿A qué rango pertenece el promedio de sus ingresos mensuales:

Menores a \$50	<input type="checkbox"/>	Entre \$51 a \$100	<input type="checkbox"/>
Entre \$101 a \$150	<input type="checkbox"/>	Entre \$151 a \$200	<input type="checkbox"/>
Entre \$201 a \$250	<input type="checkbox"/>	Entre de 251 a \$300	<input type="checkbox"/>
Entre \$301 a \$350	<input type="checkbox"/>	Entre \$351 a \$400	<input type="checkbox"/>
Entre \$401 a \$450	<input type="checkbox"/>	Entre \$451 a \$500	<input type="checkbox"/>
Entre \$501 a \$1,000	<input type="checkbox"/>	Entre \$1,001 a \$1,500	<input type="checkbox"/>
Entre \$1,501 a \$2,000	<input type="checkbox"/>	Más de \$2,000	<input type="checkbox"/>

¡¡GRACIAS POR SU COLABORACION, FELIZ DIA!!

14. METODOLOGIA DE LA CASA DE LA CALIDAD

¿Para qué sirve el QFD?

- Identificar las necesidades y expectativas de los clientes, tanto externos como internos.
- Priorizar la satisfacción de estas expectativas en función de su importancia.
- Focalizar todos los recursos, humanos y materiales, en la satisfacción de dichas expectativas.
- Reducción de los tiempos de desarrollo de nuevos productos y servicios.
- Optimización del producto o servicio para las expectativas del cliente objetivo.
- Más eficacia: se concentran los esfuerzos en “hacer lo que hay que hacer”.
- Más eficiencia: se reducen los costes por fallos.

Matriz QFD

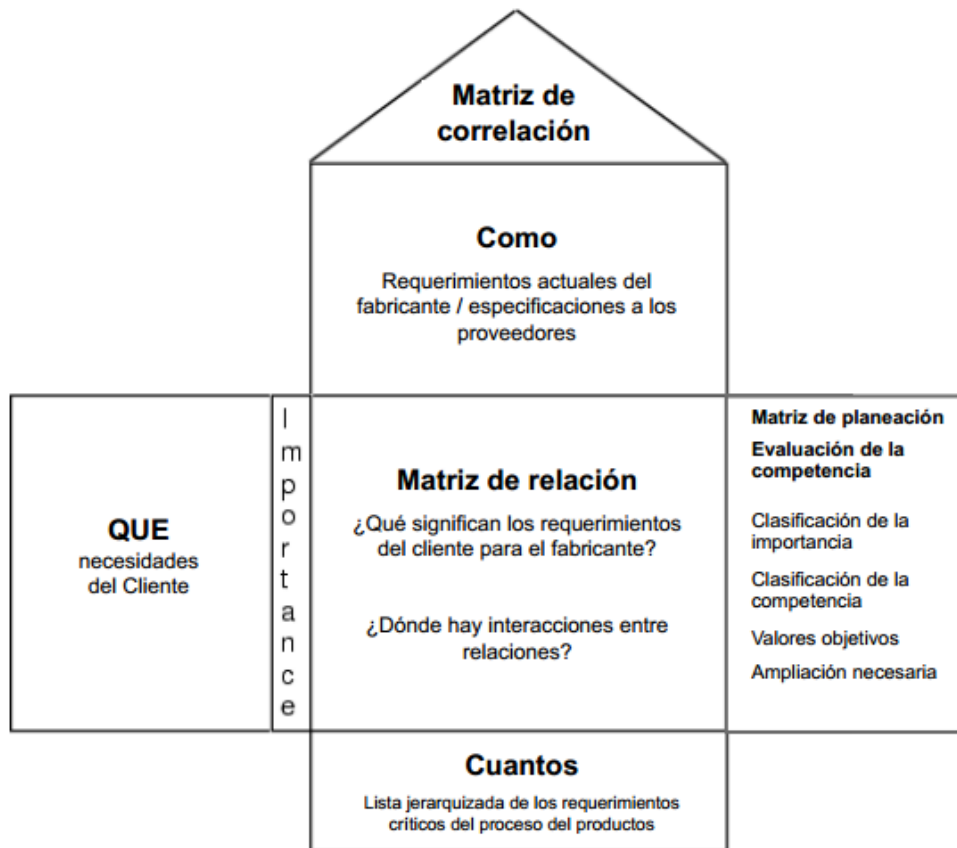


Ilustración 276 Matriz de la Casa de la Calidad

Metodología

1. Identificar a los clientes (internos y externos)
2. Crear una lista de necesidades de los clientes (cual es).
3. Dar prioridad a las necesidades del cliente en una escala, aquí se identifican cuáles son los más importantes.

4. Recopilar lista de requisitos de diseño. Los requisitos técnicos, o cómo, indican la forma en que la empresa deberá satisfacer las exigencias de los clientes
5. Determinar la relación de requisitos de diseño a los requerimientos del cliente, para ello se debe cuantificar la relación de cada punto. Se registran las relaciones entre los requerimientos de los clientes y las exigencias de diseño.
6. Determinar cómo los clientes perciben las expectativas de la competencia. Para ello se debe cuantificar cada punto. Permiten ver como consideran los clientes el desempeño respecto a la competencia
7. Tasas de dificultad técnica de cada requisito.
8. Establecer la matriz de correlación, para determinar las interrelaciones de los requisitos de diseño.

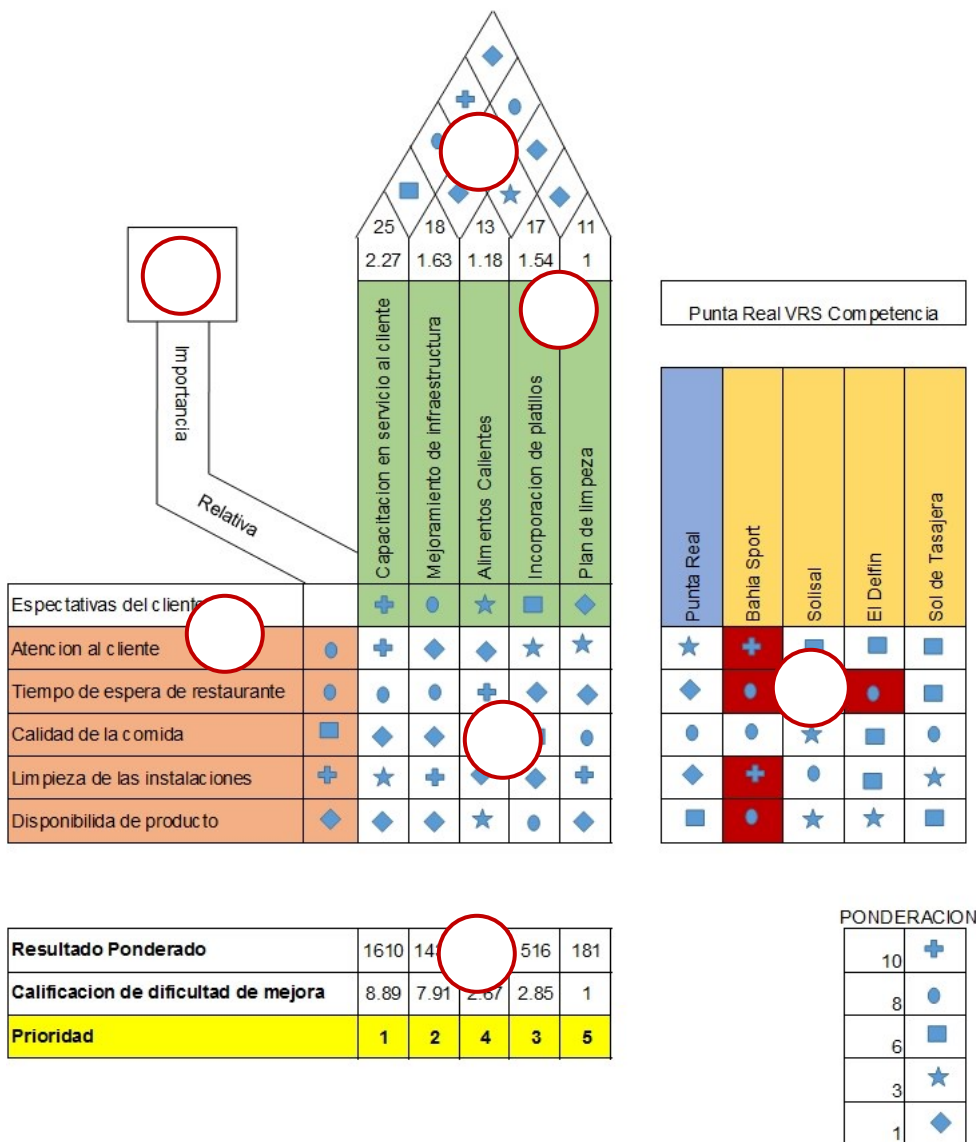


Ilustración 277 Matriz QFD Ejemplo

15. RECOPIACION DE TODAS LAS FICHAS TECNICAS DE LA INVESTIGACION

a. Ficha de Entrevista de Ayuda en Acción



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA PARA ENTREVISTA

FICHA N°.1.

ENTREVISTADORES:

Alba Jeulizabeth Alvarez

Eliu Isaí Ayala Alvarado

Mario Ricardo Quintanilla Zelaya



ENTREVISTADO:

Ingeniero Oscar Meza

Director General de Ayuda en Acción

EMPRESA O ORGANIZACIÓN:

Ayuda en Acción

Organización No Gubernamental

FECHA: 24 de abril de 2017 HORA: 01:30 pm DURACION: 54 minutos

LUGAR: Oficinas Centrales de Ayuda en Acción, San Salvador.

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA:

Conocer a la institución que más apoya en desarrollo de las comunidades, la forma de trabajo y proyectos realizados en la bahía, así como planes que se tienen proyectados para la zona.

MATERIAL AUDIO VISUAL DE LA ENTREVISTA

FOTOGRAFIAS

AUDIO

VIDEO

OTROS..... NINGUNO

OBSERVACIONES:

.....
.....

b. Ficha de Entrevista a Fundación Usulután II



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA PARA ENTREVISTA

FICHA N°.2.

ENTREVISTADORES:

Alba Jeulizabeth Álvarez
Eliu Isaí Ayala Alvarado
Mario Ricardo Quintanilla Zelaya

ENTREVISTADO:

Ingeniero Samuel Abarca .
Director General Fundación Usulután .

EMPRESA O ORGANIZACIÓN:

Fundación Usulután .
Organización No Gubernamental .

FECHA: 18 de abril de 2017 HORA: 11:00 am DURACION: 1:30 minutos

LUGAR: Oficinas Centrales de Fundación Usulután II, Usulután.

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA:

Conocer la forma que esta organización contribuye al desarrollo de las comunidades que conforman la bahía de Jiquilisco.

MATERIAL AUDIO VISUAL DE LA ENTREVISTA

FOTOGRAFIAS AUDIO VIDEO
 OTROS..... NINGUNO

OBSERVACIONES:

.....
.....

c. Ficha de Entrevista Oficina de Catastró



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA PARA ENTREVISTA

FICHA N°.3.

ENTREVISTADORES:

Alba Jeulizabeth Álvarez .

Eliu Isaí Ayala Alvarado .

Mario Ricardo Quintanilla Zelaya .

ENTREVISTADO:

Arquitecto Wilber Abarca,

Jefe del departamento de Planificación y Desarrollo Urbanístico .

EMPRESA O ORGANIZACIÓN:

Gobierno Municipal de Usulután .

Alcaldía Municipal de Usulután .

FECHA: 18 de abril de 2017 HORA: 11:00 am DURACION: 1:30 minutos

LUGAR: Alcaldía Municipal de Usulután.

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA:

Conocer la división Administrativa de las diferentes municipalidades que conforman la bahía.

MATERIAL AUDIO VISUAL DE LA ENTREVISTA

FOTOGRAFIAS

AUDIO

VIDEO

OTROS mapas de la división Administrativa de los municipios que conforman el departamento de Usulután y en especial la Bahía de Jiquilisco. NINGUNO

OBSERVACIONES:

La información proporcionada sobre la división administrativa de la bahía se confrontó con la información de CNR .

d. Ficha de Entrevista MITUR



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA PARA ENTREVISTA

FICHA N°.4.

ENTREVISTADORES:

Alba Jeulizabeth Álvarez

Eliu Isaí Ayala Alvarado

Mario Ricardo Quintanilla Zelaya

ENTREVISTADO:

Licda. Glenda Cáceres

Encargada de la Oficina de Información y Respuesta

EMPRESA O ORGANIZACIÓN:

MINISTERIO DE TURISMO

MITUR

FECHA: 12 de abril de 2017 HORA: 13:00 am DURACION: 1 hr

LUGAR: MITUR

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA:

Conocer Los planes o proyectos que se tengan incluida la bahía de Jiquilisco, el estado actual de estos planes o proyectos y como está catalogada la bahía y su incorporación dentro de los destinos turísticos que promueve ésta institución.

MATERIAL AUDIO VISUAL DE LA ENTREVISTA

FOTOGRAFIAS

AUDIO

VIDEO

OTROS.....

NINGUNO

OBSERVACIONES:

La información recolectada fue a través de una charla de una entrevista no estructurada

e. Ficha de Entrevista en el Consejo Nacional de Calidad



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA PARA ENTREVISTA

FICHA N°.5.

ENTREVISTADORES:

Alba Jeulizabeth Álvarez .

Eliu Isaí Ayala Alvarado .

Mario Ricardo Quintanilla Zelaya .

ENTREVISTADO:

Licda. Nelly Barias .

Encargada de la oficina de Información y Respuesta .

EMPRESA O ORGANIZACIÓN:

Consejo Nacional de Calidad .

Institución Autónoma de Gobierno de El Salvador .

FECHA: 12 de abril de 2017 HORA: 11:00 am DURACION: 1:30 minutos

LUGAR: Oficinas del Consejo Nacional de Calidad.

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA:

Conocer el marco regulatorio aportado por esta institución para la gestión de la calidad en los servicios turísticos.

MATERIAL AUDIO VISUAL DE LA ENTREVISTA

FOTOGRAFIAS AUDIO VIDEO

OTROS...Descripción de las normativas para servicios turísticos:

OBSERVACIONES:

.....
.....

f. Ficha de Entrevista en CONAMYPE



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA PARA ENTREVISTA

FICHA N°.7.

ENTREVISTADORES:

Alba Jeulizabeth Álvarez .

Eliu Isaí Ayala Alvarado .

Mario Ricardo Quintanilla Zelaya .

ENTREVISTADO:

Licda. Erika Miranda Ramírez .

Encargada de la oficina de Información y Respuesta .

EMPRESA O ORGANIZACIÓN:

Consejo nacional para la Micro y Pequeña empresa .

Institución del GOES .

FECHA: 9 de mayo 2017 HORA: 8:30 am DURACION: 1:12 minutos

LUGAR: Oficinas Centrales CONAMYPE San Salvador.

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA:

Cocer la forma en que esta institución da apoyo financiero y técnico a emprendedores de la zona.

MATERIAL AUDIO VISUAL DE LA ENTREVISTA

FOTOGRAFIAS

AUDIO

VIDEO

OTROS.....

NINGUNO

OBSERVACIONES:

.....
.....

g. Ficha de Entrevista en POLITUR



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA PARA ENTREVISTA

FICHA N°.8.

ENTREVISTADORES:

Alba Jeulizabeth Álvarez

Eliu Isaí Ayala Alvarado

Mario Ricardo Quintanilla Zelaya

ENTREVISTADO:

Eduardo Galán

Subinspector de la delegación de la PNC (POLITUR) de Puerto El Triunfo

.

EMPRESA O ORGANIZACIÓN:

Policía de Turismo

Delegación de Puerto el triunfo

FECHA: 14 de abril de 2017 HORA: 3:42 pm DURACION: 1:30 minutos

LUGAR: Delegación de Policía de Turismo, de Puerto El Triunfo

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA:

Conocer de primera mano la situación de Seguridad, los índices de Incidentes presentados anualmente, los planes para combate a la situación de inseguridad, proyectos por desarrollar o en desarrollo, forma de la operatividad ante algún contingente.

MATERIAL AUDIO VISUAL DE LA ENTREVISTA

FOTOGRAFIAS

AUDIO

VIDEO

OTROS Algunas cifras o Datos Estadísticos.....

NINGUNO

OBSERVACIONES:

Por motivos de seguridad no se permitió tomar grabación de audio, toma de fotografías o compartir documentos

h. Ficha de Entrevista Operador Turístico en la Bahía de Jiquilisco



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA PARA ENTREVISTA

FICHA °.9.

ENTREVISTADORES:

Alba Jeulizabeth Álvarez .

Eliu Isaí Ayala Alvarado .

Mario Ricardo Quintanilla Zelaya .

ENTREVISTADO:

Brendis Romero .

Propietaria y fundadora de operador Turístico .

EMPRESA O ORGANIZACIÓN:

Xirihualtique Tours .

FECHA: 14 de abril de 2017 HORA: 5:00 pm DURACION: 40 minutos

LUGAR: Malecón, Bahía de Jiquilisco .

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA:

Conocer la forma de trabajar, los requisitos para realizar convenios con este operador turístico y vislumbrar una oportunidad de establecer alianza estratégica.

MATERIAL AUDIO VISUAL DE LA ENTREVISTA

FOTOGRAFIAS AUDIO VIDEO
 OTROS..... NINGUNO

OBSERVACIONES:

Entrevista informal, desarrollada en su ambiente y lugar de trabajo, de forma breve, más bien un conversatorio con la empresaria donde explico su historia, su preparación académica, forma de trabajo y detalles de la logística para trabajar con alianzas con algunos negocios de la zona. .

i. Ficha de Entrevista Representante de la Contraparte



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA PARA ENTREVISTA

FICHA °.10.

ENTREVISTADORES:

Alba Jeulizabeth Álvarez .

Eliu Isaí Ayala Alvarado .

Mario Ricardo Quintanilla Zelaya .

ENTREVISTADO:

Señor Leonel Pérez .

Encargado de Contabilidad y trabajo administrativo de la cooperativa .

EMPRESA O ORGANIZACIÓN:

Cooperativa Punta Real de R.L .

FECHA: 18 de abril de 2017 HORA: 11:00 am DURACION: 1:30 minutos

LUGAR: Centro Turístico Punta Real

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA:

Establecer la condición actual de la Cooperativa, en cuanto a servicio, instalaciones, calidad de servicio al cliente, la sostenibilidad económica y demás.

MATERIAL AUDIO VISUAL DE LA ENTREVISTA

FOTOGRAFIAS

AUDIO

VIDEO

OTROS.....

NINGUNO

OBSERVACIONES:

Llegar a determinar el control de ingreso vehicular para realizar proyecciones. Referente a ingreso de personas al malecón. Pues no se cuenta con ningún registro de los turistas que viajan a esta parte de la bahía.

j. Ficha de entrevista en PNC



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA PARA ENTREVISTA

FICHA N°.11.

ENTREVISTADORES:

Alba Jeulizabeth Álvarez

Eliu Isaí Ayala Alvarado

Mario Ricardo Quintanilla Zelaya

ENTREVISTADO:

Martín Vásquez

Subinspector de la PNC

EMPRESA O ORGANIZACIÓN:

Policía Nacional Civil

Sección de a Información y Estadística Policial

FECHA: 4 de mayo de 2017 HORA: 9:44 pm DURACION: 1 hora

LUGAR: Delegación de Policía de Usulután

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA:

Conocer de primera mano la situación de Seguridad, los índices de Incidentes presentados anualmente, los planes para combate a la situación de inseguridad, proyectos por desarrollar o en desarrollo, forma de la operatividad ante algún contingente.

MATERIAL AUDIO VISUAL DE LA ENTREVISTA

FOTOGRAFIAS

AUDIO

VIDEO

OTROS Algunas cifras o Datos Estadísticos.....

NINGUNO

OBSERVACIONES:

Por motivos de seguridad no se permitió tomar grabación de audio, toma de fotografías o compartir documentos

k. Ficha de Inventario Turístico en la Bahía



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA DE INVENTARIO TURISTICO EN LA BAHIA

FICHA °.12.

ELABORADO POR:

Alba Jeulizabeth Álvarez _____
 Eliu Isai Ayala Alvarado _____
 Mario Ricardo Quintanilla Zelaya _____

ZONA A VISITAR:

Bahía de Jiquilisco _____

DEPARTAMENTO: Usulután **MUNICIPIO:** Puerto el Triunfo

FECHA: 01 al 02 de abril de 2017 **HORA:** 9:00 am **DURACION:** 31 hrs

LUGARES VISITADOS:

1. Vivero Casco de Burro	11. Cementerio de Barcos
2. Golfo la Perra	12. Vivero de Concha Los Remos
3. Playa Punta San Juan	13. Cementerio de Barcos 2
4. Hostal Punta Real	14. Malecón Puerto El Triunfo
5. Bocana El Bajón	15. Desembocadura de Rio Lempa
6. Playa la Pirraya	16. Playa El Espíritu Santo
7. Fábrica de Botes	17. Plantación de Cocos
8. Isla Pajarito	18. Artesanías de Cocos
9. Isla y Playa Madre Sal	19. Fábrica de Aceite de Cocos
10. Canal 2 Aguas	20. Hotel y Restaurante Xirihualtique

OBJETIVO DE LA VISITA:

Recolectar toda la información posible acerca de los diferentes atractivos turísticos de mayor relevancia turística para conformar un inventario turístico.

OBSERVACIONES:

La visita a todos los lugares se realizó en dos días consecutivos acompañados de un guía, experto conocedor de toda la bahía. Durante este periodo y recorrido también se visitaron lugares de la competencia pero estos se detallan en la ficha que corresponde a la Competencia de la Bahía.

I. Ficha de Inventario Turístico en Punta Real



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA DE INVENTARIO TURISTICO EN PUNTA REAL

FICHA °.13.

ELABORADO POR:
 Alba Jeulizabeth Álvarez _____
 Eliu Isai Ayala Alvarado _____
 Mario Ricardo Quintanilla Zelaya _____

ZONA A VISITAR:
 Bahía de Jiquilisco _____

DEPARTAMENTO: Usulután **MUNICIPIO:** Puerto el Triunfo

FECHA: 10 Y 11 de abril de 2017 **HORA:** 4:00 pm **DURACION:** 48 hrs

LUGARES VISITADOS:

1. Playa Punta San Juan	11.
2. Laguna Punta San Juan	12.
3. Vivero de Tortuga	13.
4. Plantación de cocos	14.
5. Cementerio de Arboles	15.
6.	16.
7.	17.
8.	18.
9.	19.
10.	20.

OBJETIVO DE LA VISITA:
 Recolectar toda la información posible acerca de los diferentes recursos y atractivos de mayor relevancia turística para conformar un inventario turístico.

OBSERVACIONES:
 La visita a todos los lugares se realizó en dos días consecutivos acompañados de un guía, experto conocedor de toda la bahía, todo el recorrido se realizó a pie durante parte de la noche y el segundo día.

m. Ficha de Inventario Planta Turística



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA DE INVENTARIO PLANTA TURISTICA

FICHA °.14.

ELABORADO POR:
 Alba Jeulizabeth Álvarez _____
 Eliu Isai Ayala Alvarado _____
 Mario Ricardo Quintanilla Zelaya _____

ZONA A VISITAR:
 Centro Ecoturistico Punta Real _____

DEPARTAMENTO: Usulután **MUNICIPIO:** Puerto el Triunfo

FECHA: del 01 al 112 de abril de 2017 **HORA:** 4:00 pm **DURACION:** 48 hrs

LUGARES A INCLUIR EN EL INVENTARIO:

1. Muelle	11.
2. Cocina	12.
3. Restaurante	13.
4. Picina	14.
5. Bungalo	15.
6. Hamaquero	16.
7. choza	17.
8. Cancha de Futbol Playa	18.
9. Sombrilleros	19.
10.	20.

OBJETIVO DE LA VISITA:
 Listar los diferentes recursos que tiene la cooperativa invertidos en el desarrollo del “complejo Ecoturistico” para identificar su estado, forma de uso, la logística desarrollada para uso de esos servicios, los más valiosos o susceptibles de cambios o riesgos.

OBSERVACIONES:
 El primer recorrido comenzó a las 6:00 pm permitiendo contemplar el atardecer con una caminata por toda la península al lado de la playa de la bahía la noche .del primer día, completando el recorrido en una segunda ruta a pie por el lado interno de la península, el lado de la laguna durante la mañana del día siguiente.

n. Ficha Investigación de Competencia en la Bahía



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA DE INVESTIGACION DE LA COMPETENCIA EN LA BAHIA

FICHA °.15.

ELABORADO POR:

Alba Jeulizabeth Álvarez _____
 Eliu Isai Ayala Alvarado _____
 Mario Ricardo Quintanilla Zelaya _____

ZONA A VISITAR:

Bahía de Jiquilisco _____

DEPARTAMENTO: Usulután **MUNICIPIO:** Puerto el Triunfo

FECHA: 01 al 02 de abril de 2017 **HORA:** 4:00 pm **DURACION:** 48 hrs

LUGARES VISITADOS:

1. Solysal	11. Sr. Tiburón
2. Restaurante el Delphi Dorado	12. Hotel y Restaurante
3. Hotel y Restaurante Estefany	13. Xirihualtique
4. Restaurantes Flotantes	14.
5. Centro Ecoturístico Punta Real	15.
6. Bahía Sport	16.
7. Puerto Barillas	17.
8. Malecón Puerto El Triunfo	18.
9. La Mariscada	19.
10. El Cayuquito	20.

OBJETIVO DE LA VISITA:

Recolectar toda la información posible de los diferentes destinos que ofrecen servicios en la bahía como: comercios, negocios, hoteles, hostales, restaurante, directos o indirectos, que ofrecen servicios similares o iguales a los de Punta Real, con el objetivo de identificar a los competidores directos, la forma de los servicios y precios.

OBSERVACIONES:

La visita a todos los lugares se realizó en dos días consecutivos acompañados de un guía experto y casi en todos los lugares se utilizó la técnica del Cliente Misterioso, para recolectar información de forma directa.

o. Ficha Investigación de Competencia Zona Occidental



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA DE INVESTIGACION DE LA COMPETENCIA ZONA OCCIDENTAL

FICHA °.16.

INVESTIGADOR: Eliu Isai Ayala Alvarado. **LUGAR A VISITAR:** Barra de Santiago

DEPARTAMENTO: Ahuachapán **MUNICIPIO:** Jujutla y San francisco Menéndez

DISTANCIA Y TIEMPO DESDE SAN_SALVADOR: 108.8 km 1 h 48 min

FECHA: 13 de abril de 2017

HORA: 2:00 pm

DURACION: 2 hrs

LUGARES VISITADOS:

1. Playa	4. Estadio Oficial de Futbol Playa
2. Bahía	5. Museo Interpretativo
3. Asociación para la protección de especies Marinas	6. Café Mezcal

ATRATIVOS O RECURSOS ENCONTRADOS:

<input type="checkbox"/> Servicio de Restaurante	<input type="checkbox"/> Vivero
<input type="checkbox"/> Baños	<input type="checkbox"/> Museo interpretativo
<input type="checkbox"/> Alojamiento	<input type="checkbox"/> Piscina
<input type="checkbox"/> Bares	<input type="checkbox"/> Zona de Relajación
<input type="checkbox"/> Café	<input type="checkbox"/> Entretenimiento Juvenil
<input type="checkbox"/> Áreas Protegidas	<input type="checkbox"/> Vías de Acceso
<input type="checkbox"/> Servicios Básicos	<input type="checkbox"/> Desarrollo
<input type="checkbox"/> Servicios Complementarios	<input type="checkbox"/> Comercialización
<input type="checkbox"/> Área de juegos infantiles	<input type="checkbox"/> Bahía

OBJETIVO DE LA VISITA:

Identificar los Atractivos, Recursos o servicios y forma de atención al cliente

OBSERVACIONES:

La Barra de Santiago es una zona que ya en conjunto de todos los Atractivos, negocios, lugares y servicios si reúne todas las características para ser un competidor Directo de Centro Ecoturistico Punta Real.

p. Ficha Investigación de Competencia Zona Occidental



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA DE INVESTIGACION DE LA COMPETENCIA ZONA OCCIDENTAL

FICHA °.17.

INVESTIGADOR: Eliu Isaí Ayala Alvarado. **ZONAS DE INTERES:** Los Cobanos

DEPARTAMENTO: Sonsonate **MUNICIPIO:** Acajutla

DISTANCIA Y TIEMPO DESDE SAN_SALVADOR: 91.54 km 1 h 48 min

FECHA: 13 de abril de 2017 **HORA:** 5:00 pm **DURACION:** 1 hrs

LUGARES VISITADOS:

1. Restaurante – Merendero - Bar	

ATRATIVOS O RECURSOS ENCONTRADOS:

<input type="checkbox"/> Servicio de Restaurante	<input type="checkbox"/> Vivero
<input type="checkbox"/> Baños	<input type="checkbox"/> Museo interpretativo
<input type="checkbox"/> Alojamiento	<input type="checkbox"/> Piscina
<input type="checkbox"/> Bares	<input type="checkbox"/> Zona de Relajación
<input type="checkbox"/> Café	<input type="checkbox"/> Entretenimiento Juvenil
<input type="checkbox"/> Áreas Protegidas	<input type="checkbox"/> Vías de Acceso
<input type="checkbox"/> Servicios Básicos	<input type="checkbox"/> Desarrollo
<input type="checkbox"/> Servicios Complementarios	<input type="checkbox"/> Comercialización
<input type="checkbox"/> Área de juegos infantiles	<input type="checkbox"/> Bahía

OBJETIVO DE LA VISITA:
Identificar los Atractivos, Recursos o servicios y forma de atención al cliente

OBSERVACIONES:
La Zona de Restaurantes- Merenderos-Bares, son lugares donde el servicio es en especial la venta de bebidas con y sin alcohol y venta de acompañamientos como bocas, y en ocasiones platos fuertes, son bastante bohemios.

q. Ficha Investigación de Competencia Zona Occidental



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA DE INVESTIGACION DE LA COMPETENCIA ZONA OCCIDENTAL

FICHA °.18.

INVESTIGADOR: Eliu Isaí Ayala Alvarado. ZONA DE INTERES: Los Cobanos

DEPARTAMENTO: Sonsonate MUNICIPIO: Acajutla

DISTANCIA Y TIEMPO DESDE SAN_SALVADOR: 91.54 km 1 h 48 min

FECHA: 13 de abril de 2017

HORA: 7:00 pm

DURACION: 1 hrs

LUGARES VISITADOS:

1. Hotel Casa Garrobo	

ATRATIVOS O RECURSOS ENCONTRADOS:

<input type="checkbox"/> Servicio de Restaurante	<input type="checkbox"/> Vivero
<input type="checkbox"/> Baños	<input type="checkbox"/> Museo interpretativo
<input type="checkbox"/> Alojamiento	<input type="checkbox"/> Piscina
<input type="checkbox"/> Bares	<input type="checkbox"/> Zona de Relajación
<input type="checkbox"/> Café	<input type="checkbox"/> Entretenimiento Juvenil
<input type="checkbox"/> Áreas Protegidas	<input type="checkbox"/> Vías de Acceso
<input type="checkbox"/> Servicios Básicos	<input type="checkbox"/> Desarrollo
<input type="checkbox"/> Servicios Complementarios	<input type="checkbox"/> Comercialización
<input type="checkbox"/> Área de juegos infantiles	<input type="checkbox"/> Bahía

OBJETIVO DE LA VISITA:

Identificar los Atractivos, Recursos o servicios y forma de atención al cliente

OBSERVACIONES:

Es el mejor hostel con enfoque Ecoturístico, con ambiente familiar y juvenil, frente a la playa con creaciones artísticas sobresalientes.

r. Ficha Investigación de Competencia Zona Occidental



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA DE INVESTIGACION DE LA COMPETENCIA ZONA OCCIDENTAL

FICHA °.19.

INVESTIGADOR: Eliu Isai Ayala Alvarado. ZONA DE INTERES: Los Cobanos

DEPARTAMENTO: Sonsonate MUNICIPIO: Acajutla

DISTANCIA Y TIEMPO DESDE SAN_SALVADOR: 91.54 km 1 h 48 min

FECHA: 13 de abril de 2017

HORA: 5:00 pm

DURACION: 1 hrs

LUGARES VISITADOS:

1. Hotel y Restaurante los Cobanos	

ATRATIVOS O RECURSOS ENCONTRADOS:

<input type="checkbox"/> Servicio de Restaurante	<input type="checkbox"/> Vivero
<input type="checkbox"/> Baños	<input type="checkbox"/> Museo interpretativo
<input type="checkbox"/> Alojamiento	<input type="checkbox"/> Piscina
<input type="checkbox"/> Bares	<input type="checkbox"/> Zona de Relajación
<input type="checkbox"/> Café	<input type="checkbox"/> Entretenimiento Juvenil
<input type="checkbox"/> Áreas Protegidas	<input type="checkbox"/> Vías de Acceso
<input type="checkbox"/> Servicios Básicos	<input type="checkbox"/> Desarrollo
<input type="checkbox"/> Servicios Complementarios	<input type="checkbox"/> Comercialización
<input type="checkbox"/> Área de juegos infantiles	<input type="checkbox"/> Bahía

OBJETIVO DE LA VISITA:

Identificar los Atractivos, Recursos o servicios y forma de atención al cliente

OBSERVACIONES:

Primer Competidor Directo, con todos los servicios y forma de Atención al cliente, con enfoque Ecoturístico 100%, y el desarrollo conciencia social ecológica.

s. Ficha Investigación de Competencia Zona Occidental



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA DE INVESTIGACION DE LA COMPETENCIA ZONA OCCIDENTAL

FICHA °.20.

INVESTIGADOR: Eliu Isai Ayala Alvarado. ZONA DE INTERES: El Tunco

DEPARTAMENTO: La Libertad MUNICIPIO: Tamanique

DISTANCIA Y TIEMPO DESDE SAN_SALVADOR: 41.6 km 51 min

FECHA: 15 de abril de 2017

HORA: 02:30 pm

DURACION: 2 hrs

LUGARES VISITADOS:

1. Teckla	2. Dale Dale Café

ATRATIVOS O RECURSOS ENCONTRADOS:

<input type="checkbox"/>	Servicio de Restaurante	<input type="checkbox"/>	Vivero
<input type="checkbox"/>	Baños	<input type="checkbox"/>	Museo interpretativo
<input type="checkbox"/>	Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Piscina
<input type="checkbox"/>	Bares	<input type="checkbox"/>	Zona de Relajación
<input type="checkbox"/>	Café	<input type="checkbox"/>	Entretenimiento Juvenil
<input type="checkbox"/>	Áreas Protegidas	<input type="checkbox"/>	Vías de Acceso
<input type="checkbox"/>	Servicios Básicos	<input type="checkbox"/>	Desarrollo
<input type="checkbox"/>	Servicios Complementarios	<input type="checkbox"/>	Comercialización
<input type="checkbox"/>	Área de juegos infantiles	<input type="checkbox"/>	Bahía

OBJETIVO DE LA VISITA:

Identificar los Atractivos, Recursos o servicios y forma de atención al cliente

OBSERVACIONES:

A pesar que es una zona altamente turística, es una zona de turismo receptivo, y un ambiente completamente bohemio juvenil. Y también se encuentran una gran variedad de hoteles y hostales. Desde privados complejos habitacionales hasta alguno que otro hostel. Sin embargo ninguno de los comercios visitados tiene este servicio.

t. Ficha Investigación de Competencia Zona Occidental



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA DE INVESTIGACION DE LA COMPETENCIA ZONA OCCIDENTAL

FICHA °.21...

INVESTIGADOR: Eliu Isaí Ayala Alvarado. ZONA DE INTERES: Puerto de la Libertad

DEPARTAMENTO: La Libertad MUNICIPIO: Tamanique

DISTANCIA Y TIEMPO DESDE SAN_SALVADOR: 45 min 33.5 km

FECHA: 15 de abril de 2017

HORA: 02:30 pm

DURACION: 02 hr 30 min

LUGARES VISITADOS:

1. El Malecón	2. La posada de Don Lito

ATRATIVOS O RECURSOS ENCONTRADOS:

<input type="checkbox"/> Servicio de Restaurante	<input type="checkbox"/> Vivero
<input type="checkbox"/> Baños	<input type="checkbox"/> Museo interpretativo
<input type="checkbox"/> Alojamiento	<input type="checkbox"/> Piscina
<input type="checkbox"/> Bares	<input type="checkbox"/> Zona de Relajación
<input type="checkbox"/> Café	<input type="checkbox"/> Entretenimiento Juvenil
<input type="checkbox"/> Áreas Protegidas	<input type="checkbox"/> Vías de Acceso
<input type="checkbox"/> Servicios Básicos	<input type="checkbox"/> Desarrollo
<input type="checkbox"/> Servicios Complementarios	<input type="checkbox"/> Comercialización
<input type="checkbox"/> Área de juegos infantiles	<input type="checkbox"/> Bahía

OBJETIVO DE LA VISITA:

Identificar los Atractivos, Recursos o servicios y forma de atención al cliente

OBSERVACIONES:

La zona se caracteriza por tener una vista panorámica agradable del muelle del Puerto de la Libertad, rodeada de muchos comercios formales e informales de venta de mariscos, restaurantes y bares.

Algunos establecimientos ofrecen servicio de alojamiento por noche y tienen piscina, parqueo y seguridad propia.

u. Ficha Investigación de Competencia Zona Central



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA DE INVESTIGACION DE LA COMPETENCIA ZONA CENTRAL

FICHA °.22.

INVESTIGADOR: Alba Jeulizabeth Álvarez LUGAR A VISITAR: Sol de Tasajera

DEPARTAMENTO: La Paz MUNICIPIO: San Luis La Herradura

DISTANCIA Y TIEMPO DESDE SAN SALVADOR: 77 km 1 h 43 min

FECHA: 2 de abril de 2017

HORA: 9:00 am

DURACION: 2 hrs

LUGARES VISITADOS:

1. Hostal Sol de Tasajera

ATRATIVOS O RECURSOS ENCONTRADOS:

<input type="checkbox"/>	Servicio de Restaurante	<input type="checkbox"/>	Vivero
<input type="checkbox"/>	Baños	<input type="checkbox"/>	Museo interpretativo
<input type="checkbox"/>	Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Piscina
<input type="checkbox"/>	Bares	<input type="checkbox"/>	Zona de Relajación
<input type="checkbox"/>	Café		Entretenimiento Juvenil
	Áreas Protegidas		Vías de Acceso
	Servicios Básicos		Desarrollo
	Servicios Complementarios		Comercialización
	Área de juegos infantiles		Bahía

OBJETIVO DE LA VISITA:

Identificar los Atractivos, Recursos o servicios y forma de atención al cliente

OBSERVACIONES:

En la zona se encuentran diferentes restaurantes o establecimientos, algunos más bohemios que otros pero si tienen variedad en el menú y algunos varían en calidad de atención al cliente.

v. Ficha Investigación de Competencia Zona Central

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA DE INVESTIGACION DE LA COMPETENCIA ZONA CENTRAL

FICHA °.23.

INVESTIGADOR: Alba Jeulizabeth Álvarez LUGAR A VISITAR: Costa del Sol

DEPARTAMENTO: La Paz MUNICIPIO: San Luis La Herradura.

DISTANCIA Y TIEMPO DESDE SAN SALVADOR: 59.3 km 56 min

FECHA: 2 de abril de 2017

HORA: 9:00 am

DURACION: 2 hrs

LUGARES VISITADOS:

1. Centro recreativo Costa del Sol

ATRATIVOS O RECURSOS ENCONTRADOS:

Servicio de Restaurante	Vivero
Baños	Museo interpretativo
Alojamiento	Piscina
Bares	Zona de Relajación
Café	Entretenimiento Juvenil
Áreas Protegidas	Vías de Acceso
Servicios Básicos	Desarrollo
Servicios Complementarios	Comercialización
Área de juegos infantiles	Bahía

OBJETIVO DE LA VISITA:

Identificar los Atractivos, Recursos o servicios y forma de atención al cliente

OBSERVACIONES:

Este centro recreativo es un Turicentro administrado por ISTU, con una gran afluencia de personas para el uso de las instalaciones y de acceso público en general.

w. Ficha Investigación de Competencia Zona Central

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA DE INVESTIGACION DE LA COMPETENCIA ZONA CENTRAL

FICHA °...24.

INVESTIGADOR: Alba Jeulizabeth Álvarez LUGAR A VISITAR: Costa del Sol

DEPARTAMENTO: La Paz MUNICIPIO: San Luis La Herradura

DISTANCIA Y TIEMPO DESDE SAN SALVADOR: 59.3 km 56 min

FECHA: 2 de abril de 2017

HORA: 11:15 am

DURACION: 1:30 hrs

LUGARES VISITADOS:

1. La tortuga Village

ATRATIVOS O RECURSOS ENCONTRADOS:

Servicio de Restaurante	Vivero
Baños	Museo interpretativo
Alojamiento	Piscina
Bares	Zona de Relajación
Café	Entretenimiento Juvenil
Áreas Protegidas	Vías de Acceso
Servicios Básicos	Desarrollo
Servicios Complementarios	Comercialización
Área de juegos infantiles	Bahía

OBJETIVO DE LA VISITA:

Identificar los Atractivos, Recursos o servicios y forma de atención al cliente

OBSERVACIONES:

Este Hotel- Restaurante ofrece calidad de servicio con un toque Ecoturístico, pensado para atención al público en general y también para turistas extranjeros

x. Ficha Investigación de Competencia Zona Oriental

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA DE INVESTIGACION DE LA COMPETENCIA ZONA ORIENTAL

FICHA °.25.

INVESTIGADOR: Mario Ricardo Quintanilla Zelaya. **LUGAR A VISITAR:** Golfo de Fonseca

DEPARTAMENT La Unión **MUNICIPIO:** La Unión

DISTANCIA Y TIEMPO DESDE SAN_SALVADOR: 214 km 3 h 25 min

FECHA: 2 de abril de 2017 **HORA:** 1:00 pm **DURACION:** 2 h 40min

LUGARES VISITADOS:

1. Restaurantes Brisas del Golfo	2. Zacatillo Tours

ATRATIVOS O RECURSOS ENCONTRADOS:

Servicio de Restaurante	Vivero
Baños	Museo interpretativo
Alojamiento	Piscina
Bares	Zona de Relajación
Café	Entretenimiento Juvenil
Áreas Protegidas	Vías de Acceso
Servicios Básicos	Desarrollo
Servicios Complementarios	Comercialización
Área de juegos infantiles	Bahía

OBJETIVO DE LA VISITA:
Identificar los Atractivos, Recursos o servicios y forma de atención al cliente

OBSERVACIONES:
Estos dos establecimientos están ubicados en la Isla Zacatillo, y se encuentran en la misma línea de restaurantes. Con servicios muy similares y precios iguales.

Además estos establecimientos no ofrecen alojamiento y tienden más a ser merenderos o Bares que realmente restaurantes.

El hecho de ubicarse sobre una isla limita la facilidad de acceso, comunicaciones y otros servicios.

y. Ficha Investigación de Competencia Zona Oriental

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA DE INVESTIGACION DE LA COMPETENCIA ZONA ORIENTAL

FICHA °.26.

INVESTIGADOR: Mario Ricardo Quintanilla Zelaya. **LUGAR A VISITAR:** Playa El Cuco

DEPARTAMENT San Miguel **MUNICIPIO:** Chirilagua

DISTANCIA Y TIEMPO DESDE SAN_SALVADOR: 174 km 3 h 1 min

FECHA: 1 de abril de 2017 **HORA:** 1:00 pm **DURACION:** 3 h 10min

LUGARES VISITADOS:

1. La Tortuga Verde

ATRATIVOS O RECURSOS ENCONTRADOS:

Servicio de Restaurante	Vivero
Baños	Museo interpretativo
Alojamiento	Piscina
Bares	Zona de Relajación
Café	Entretenimiento Juvenil
Áreas Protegidas	Vías de Acceso
Servicios Básicos	Desarrollo
Servicios Complementarios	Comercialización
Área de juegos infantiles	Bahía

OBJETIVO DE LA VISITA:
Identificar los Atractivos, Recursos o servicios y forma de atención al cliente

OBSERVACIONES:
Un lugar con enfoque al turista extranjero, servicios básicos y complementarios, precios diferenciados para turismo interno, constante preocupación por protección de la vida silvestre, cuenta con propio mini zoológico, y todas las comodidades de un buen hotel.

z. Ficha Investigación de Competencia Zona Occidental

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA DE INVESTIGACION DE LA COMPETENCIA ZONA ORIENTAL

FICHA °.27.

INVESTIGADOR: Mario Ricardo Quintanilla Zelaya. **LUGAR A VISITAR:** Playa Las Tunas

DEPARTAMENT La Unión **MUNICIPIO:** Conchagua

DISTANCIA Y TIEMPO DESDE SAN_SALVADOR: 185 km 3 h 14 min

FECHA: 1 de abril de 2017 **HORA:** 10:00am **DURACION:** 3 h

LUGARES VISITADOS:

1. HOTEL Y RESTAURANTE MAR&SOL

ATRACTIVOS O RECURSOS ENCONTRADOS:

Servicio de Restaurante	Vivero
Baños	Museo interpretativo
Alojamiento	Piscina
Bares	Zona de Relajación
Café	Entretenimiento Juvenil
Áreas Protegidas	Vías de Acceso
Servicios Básicos	Desarrollo
Servicios Complementarios	Comercialización
Área de juegos infantiles	Bahía

OBJETIVO DE LA VISITA:
Identificar los Atractivos, Recursos o servicios y forma de atención al cliente

OBSERVACIONES:
Un verdadero complejo turístico, un hotel con todas las comodidades al alcance de los turistas, con suficiente capacidad de alojamiento y una cocina muy refinada. Sobre sale a ubicándose como uno de los mejores hoteles.

aa. Ficha de Encuestas en Zona Oriental



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA PARA ENCUESTAS ZONA ORIENTAL

TIPO DE ENCUESTA

FAMILIAS

JOVENES

N° DE ENCUESTAS: **37**

LUGAR: **Playa el Cuco, San Miguel**

ZONA:

URBANA

RURAL

MUNICIPIO: **Chirilagua**

UNIVERSO:

Personas naturales mayores a 18 años ciudadanos salvadoreños

TIPO DE MUESTRA: **Aleatorio Simple**

MARCO MUESTRAL: **285,952**

PORCENTAJE DE ERROR: **5%.**

NIVEL DE CONFIANZA: **1.96**

SISTEMA DE CONSULTA: **Se encuesta personas individuales**

FECHA: **13 / Abril / 2017**

ENCUESTADORES:

- 1. Alba Jeulizabeth Álvarez**
- 2. Eliu Isai Ayala Alvarado**
- 3. Mario Ricardo Quintanilla Zelaya**



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA PARA ENCUESTAS ZONA ORIENTAL

TIPO DE ENCUESTA

FAMILIAS JOVENES

N° DE ENCUESTAS: **33**

LUGAR: **Playa el Cuco, San Miguel**

ZONA:

URBANA RURAL

MUNICIPIO: **Chirilagua**

UNIVERSO:

Personas naturales mayores a 18 años ciudadanos salvadoreños

TIPO DE MUESTRA: **Aleatorio Simple**

MARCO MUESTRAL: **69148** PORCENTAJE DE ERROR: **5%**.

NIVEL DE CONFIANZA: **1.96**

SISTEMA DE CONSULTA: **Se encuestó personas individuales**

FECHA: **13 / Abril / 2017**

ENCUESTADORES:

- 1. Alba Jeulizabeth Álvarez**
- 2. Eliu Isai Ayala Alvarado**
- 3. Mario Ricardo Quintanilla Zelaya**

bb. Ficha de Encuesta en Zona Central



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA PARA ENCUESTAS ZONA CENTRAL

TIPO DE ENCUESTA

FAMILIAS

JOVENES

Nº DE ENCUESTAS: **40**

LUGAR: **Playa El Tunco, La Libertad**

ZONA:

URBANA

RURAL

MUNICIPIO: **La Libertad**

UNIVERSO:

Personas naturales mayores a 18 años ciudadanos salvadoreños

TIPO DE MUESTRA: **Aleatorio Simple**

MARCO MUESTRAL: **825,684.47**

PORCENTAJE DE ERROR: **5%.**

NIVEL DE CONFIANZA: **1.96**

SISTEMA DE CONSULTA: **Se encuestó personas individuales**

FECHA: **15 / Abril / 2017**

ENCUESTADORES:

- 1. Alba Jeulizabeth Álvarez**
- 2. Eliu Isai Ayala Alvarado**
- 3. Mario Ricardo Quintanilla Zelaya**



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA PARA ENCUESTAS ZONA CENTRAL

TIPO DE ENCUESTA

FAMILIAS JOVENES

N° DE ENCUESTAS: **40**

LUGAR: **Playa El Tunco, La Libertad**

ZONA:

URBANA RURAL

MUNICIPIO: **La Libertad**

UNIVERSO:

Personas naturales mayores a 18 años ciudadanos salvadoreños

TIPO DE MUESTRA: **Aleatorio Simple**

MARCO MUESTRAL: **340632**

PORCENTAJE DE ERROR: **5%**.

NIVEL DE CONFIANZA: **1.96**

SISTEMA DE CONSULTA: **Se encuestó personas individuales**

FECHA: **15 / Abril / 2017**

ENCUESTADORES:

- 1. Alba Jeulizabeth Álvarez**
- 2. Eliu Isai Ayala Alvarado**
- 3. Mario Ricardo Quintanilla Zelaya**



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA PARA ENCUESTAS ZONA CENTRAL

TIPO DE ENCUESTA

FAMILIAS JOVENES

N° DE ENCUESTAS: **58**

LUGAR: **Puerto de la Libertad**

ZONA:

URBANA RURAL

MUNICIPIO: **La Libertad**

UNIVERSO:

Personas naturales mayores a 18 años ciudadanos salvadoreños

TIPO DE MUESTRA: **Aleatorio Simple**

MARCO MUESTRAL: **825,684** PORCENTAJE DE ERROR: **5%**.

NIVEL DE CONFIANZA: **1.96**

SISTEMA DE CONSULTA: **Se encuesta personas individuales**

FECHA: **14 / Abril / 2017**

ENCUESTADORES:

- 1. Alba Jeulizabeth Álvarez**
- 2. Eliu Isai Ayala Alvarado**
- 3. Mario Ricardo Quintanilla Zelaya**



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA PARA ENCUESTAS ZONA CENTRAL

TIPO DE ENCUESTA

FAMILIAS JOVENES

N° DE ENCUESTAS: **63**

LUGAR: **Puerto de La Libertad**

ZONA:

URBANA RURAL

MUNICIPIO: **La Libertad**

UNIVERSO:

Personas naturales mayores a 20 años ciudadanos salvadoreños

TIPO DE MUESTRA: **Aleatorio Simple**

MARCO MUESTRAL: **340632**

PORCENTAJE DE ERROR: **5%**.

NIVEL DE CONFIANZA: **1.96**

SISTEMA DE CONSULTA: **Se encuesta personas individuales**

FECHA: **14 / Abril / 2017**

ENCUESTADORES:

- 1. Alba Jeulizabeth Álvarez**
- 2. Eliu Isai Ayala Alvarado**
- 3. Mario Ricardo Quintanilla Zelaya**

cc. Ficha de Encuesta en la Zona Occidental



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA PARA ENCUESTAS ZONA OCCIDENTAL

TIPO DE ENCUESTA

FAMILIAS

JOVENES

N° DE ENCUESTAS: **36**

LUGAR: **Casco urbano de Santa Ana**

ZONA:

URBANA

RURAL

MUNICIPIO: **Santa Ana**

UNIVERSO:

Personas naturales mayores a 18 años ciudadanos salvadoreños

TIPO DE MUESTRA: **Aleatorio Simple**

MARCO MUESTRAL: **309,031**

PORCENTAJE DE ERROR: **5%**.

NIVEL DE CONFIANZA: **1.96**

SISTEMA DE CONSULTA: **Se encuestó personas individuales**

FECHA: **16 / Abril / 2017**

ENCUESTADORES:

1. Alba Jeulizabeth Álvarez

2. Eliu Isai Ayala Alvarado

3. Mario Ricardo Quintanilla Zelaya



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FICHA PARA ENCUESTAS ZONA OCCIDENTAL

TIPO DE ENCUESTA

FAMILIAS JOVENES

N° DE ENCUESTAS: **42**

LUGAR: **Casco urbano de Santa Ana**

ZONA:

URBANA RURAL

MUNICIPIO: **Santa Ana**

UNIVERSO:

Personas naturales mayores a 20 años ciudadanos salvadoreños

TIPO DE MUESTRA: **Aleatorio Simple**

MARCO MUESTRAL: **340632**

PORCENTAJE DE ERROR: **5%**.

NIVEL DE CONFIANZA: **1.96**

SISTEMA DE CONSULTA: **Se encuestó personas individuales**

FECHA: **15 / Abril / 2017**

ENCUESTADORES:

- 1. Alba Jeulizabeth Álvarez**
- 2. Eliu Isai Ayala Alvarado**
- 3. Mario Ricardo Quintanilla Zelaya**

16. EVIDENCIA FISICA DE LAS VISITAS A LA COMPETENCIA, LEVANTAMIENTO TURISTICO Y ENTREVISTAS



Souvenir El Tunco



Dale Dale Café



Lago de Coatepeque



Almorzando en el Tunco



Encuestas a toda hora




Playa Barra de Santiago



















El Tunco



La tortuga Village

	
<p>Ayuda en Acción</p>	<p>Rumbo a Punta Real</p>
	
<p>Muelle Xirihualtique</p>	<p>Playa el Cuco</p>
	
<p>Canal 2 Aguas</p>	<p>Hacia Fabrica de Aceite de Coco</p>
	
<p>Playa de Isla El Espíritu Santo</p>	<p>Catastro Alcaldia de Usulután</p>

	
Alcaldía de Puerto El Triunfo	Reunion con la Contraparte
	
Familias de la Cooperativa	Hotel Casa Garrobo de noche
	
Camino al Cuco	Bici Acuática
	
El Malecón Puerto de la Libertad	La Barra de Santiago

	
<p>Esperando el Autobús</p>	<p>Cocotera Punta Real</p>
	
<p>Extranjeros en Punta Real</p>	<p>Cancha de Futbol Playa</p>
	
<p>Muelle Puerto de la Liberad</p>	<p>Para el Recuerdo</p>
	
<p>Compartiendo con los niños</p>	<p>Cementerio de Arboles de noche</p>

 <p>A selfie of a man and a woman. In the background, a stone sign reads: "BARILLAS MARINA CLUB BAHIA DE JIJUILISCO EL SALVADOR C.A. FEB. 2008".</p>	 <p>A woman in a white top and blue skirt stands on a stone structure next to a grey stone wall.</p>
<p>Hotel Barillas</p>	<p>Entrada al Malecón Puerto el Triunfo</p>
  <p>Two photos: on the left, a group of people in front of a church; on the right, a man on a beach. A small watermark "Cammie" is visible in the bottom right of the first photo.</p>	  <p>Two photos: on the left, a person playing beach volleyball; on the right, a person at a bar with a sign that says "THEKLA BEACH BAR & MUSIC".</p>
<p>Santa Ana, Playa Punta Real</p>	<p>Hidratandose, Teckla el Tunco</p>

Ilustración 278 Evidencia Física de la Investigación de Campo

17. MODELO DEL FORMULARIO QUE SE DEBE RELLENAR PARA SOLICITAR EL FINANCIAMIENTO

Nombre de compañía / organización *

Nombre y apellido *

Cargo *

Correo electrónico *

Número de teléfono *

Sitio web de su compañía / organización

País donde su compañía/organización está legalmente registrada *

País donde su proyecto está ubicado *

Tipo de compañía / organización *

Sector o industria *

Número de empleados en su compañía/organización *

Tipo de financiamiento que está solicitando *

Si solicita un préstamo, indique el rango de financiamiento *

- Seleccione una opción -

Indique un estimado del costo total del proyecto *

- Seleccione una opción -

¿Ha solicitado financiamiento con la CII o el BID en el pasado? *

- Si
 No

Describa su proyecto (límite 1000 caracteres) *

[Empty text area for project description]

Adjunte su propuesta de negocio *

Seleccionar archivo Ningún archivo seleccionado Subir

Los archivos deben ser menores que 2 MB.
Tipos de archivo permitidos: pdf.

Enviar

18. TASAS DE INTERES DEL BID Y LOS GRUPOS QUE LO CONFORMAN

Tasas de interés y cargos financieros vigentes
Aplicables a todos los productos financieros
2^{do} Trimestre 2017 y 1^{er} Trimestre 2017

Productos Vigentes – Capital Ordinario									
	Tasas aplicables al 2 ^{do} trimestre 2017				Tasa de Interés	Tasas aplicables al 1 ^{er} trimestre 2017			
	Base LIBOR LIBOR 3-meses	Margen de Fondeo ¹	Margen de préstamos del BID ²			Base LIBOR LIBOR 3-meses	Margen de Fondeo ¹	Margen de préstamos del BID ²	Tasa de Interés
FFF/FU-LIBOR USD ^{3,4}	1,16%	0,08%	0,85%	2,09%	1,02%	0,12%	0,85%	1,99%	
FU-LIBOR YEN ³	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	n/a	
Préstamos Convertidos – Capital Ordinario									
	Tasas aplicables al 2 ^{do} trimestre 2017				Tasa de Interés	Tasas aplicables al 1 ^{er} trimestre 2017			
	Base LIBOR LIBOR 3-meses	Tasa fija Margen de Fondeo ¹	Margen de préstamos del BID ²			Base LIBOR LIBOR 3-meses	Tasa fija Margen de Fondeo ¹	Margen de préstamos del BID ²	Tasa de Interés
SCM-ajustable									
Conversión Agosto 2009									
SCM-base LIBOR ³	1,16%	1,43%	0,85%	3,44%	1,02%	1,43%	0,85%	3,30%	
SCM-fija		4,03%	0,85%	4,88%		4,03%	0,85%	4,88%	
Conversión Agosto 2010									
SCM-base LIBOR ³	1,16%	1,08%	0,85%	3,09%	1,02%	1,08%	0,85%	2,95%	
SCM-fija		3,48%	0,85%	4,33%		3,48%	0,85%	4,33%	
FU-ajustable									
Conversión Agosto 2009									
FU-base LIBOR ³	1,16%	1,05%	0,85%	3,06%	1,02%	1,05%	0,85%	2,92%	
FU-fija		4,59%	0,85%	5,44%		4,59%	0,85%	5,44%	
Conversión Agosto 2010									
FU-base LIBOR ³	1,16%	0,84%	0,85%	2,85%	1,02%	0,84%	0,85%	2,71%	
FU-fija		3,69%	0,85%	4,54%		3,69%	0,85%	4,54%	

Ilustración 279 Tasas de Interes BID parte I

Productos Descontinuados - Capital Ordinario										
	Tasas aplicables al 1 ^{er} semestre 2017					Tasas aplicables al 2 ^{da} semestre 2016				
	Base LIBOR LIBOR	Margen de Fondeo ¹	Tasa Ajustable	Margen de préstamos del BID ²	Tasa de Interés	Base LIBOR LIBOR	Margen de Fondeo ¹	Tasa Ajustable	Margen de préstamos ²	Tasa de Interés
SCM-Aj ⁵			3,97%	0,85%	4,82%			3,77%	1,15%	4,92%
FU-Aj US\$ ⁵			1,69%	0,85%	2,54%			1,53%	1,15%	2,68%
VD-LIBOR feb/ago ⁶	1,34%	-0,30%	n/a	0,85%	1,89%	1,20%	-0,30%	n/a	1,15%	2,05%
VD-LIBOR may/nov ⁶	1,44%	-0,30%	n/a	0,85%	1,99%	1,26%	-0,30%	n/a	1,15%	2,11%
VD-Fija al Desem. feb/ago ⁷	n/a	n/a		1,15%		n/a	n/a		1,15%	
VD-Fija al Desem. may/nov ⁷	n/a	n/a		1,15%		n/a	n/a		1,15%	

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO | 1300 NEW YORK AVENUE N.W. | WASHINGTON, D.C., 20577, USA | WWW.IADB.ORG/FINANZAS



Ilustración 280 Tasas de Interes del BID parte II

Tasas de interés y cargos financieros vigentes

Aplicables a todos los productos financieros

1^{er} Trimestre 2017 y 4^{to} Trimestre 2016

Préstamos Paralelos – Fondo para Operaciones Especiales / Capital Ordinario										
	Tasas aplicables al 2 ^{do} trimestre 2017				Tasas aplicables al 1 ^{er} trimestre 2017					
	Base LIBOR LIBOR 3-meses	Margen de Fondeo ¹	Tasa fija	Margen de préstamos del BID ²	Tasa de Interés	Base LIBOR LIBOR 3-meses	Margen de Fondeo ¹	Tasa fija	Margen de préstamos del BID ²	Tasa de Interés
Financiamiento CO ³	1,16%	0,08%		0,85%	2,09%	1,02%	0,12%		0,85%	1,99%
Financiamiento FOE			0,25%		0,25%			0,25%		0,25%

- Margen de fondeo del BID sobre/debajo de la tasa LIBOR.
- Margen para préstamos del Capital Ordinario del BID periódicamente determinado por el Banco.
- Tasa de interés basada en la tasa LIBOR a 3 meses, la cual es determinada cuatro veces al año, en enero, abril, julio y octubre. A partir del tercer semestre de 2012 el producto de la Facilidad Unimonetaria LIBOR YEN fue reemplazado por la FFF. Las nuevas aprobaciones de préstamos seguirán el enfoque de la FFF de determinación de tasas individuales vía conversiones a Yen.
- A partir del 1^{er} de enero de 2012 esta tasa también corresponde a la tasa que aplica a préstamos aprobados bajo la Facilidad de Financiamiento Flexible (FFF).
- La tasa de interés ajustable se determina semestralmente en enero y julio.
- Programas con determinación de tasas dos veces al año dependiendo de la fecha de iniciación: (i) noviembre de 1994, en cuyo caso la tasa se determina en mayo y noviembre y (ii) agosto de 1995, en cuyo caso la tasa se determina en febrero y agosto. Las tasas de interés son basadas en la tasa LIBOR a 6 meses.
- No se publican las tasas de interés de los meses en los cuales no se efectuaron desembolsos de préstamos a tasa fija.

Ilustración 281 Tasas de Interes del BID parte III

19. TASAS DE INTERES DEL BFA



		<h1>Banco de Fomento Agropecuario</h1>												
Banco de Fomento Agropecuario		TARIFAS DE TASAS DE INTERÉS EN LAS OPERACIONES ACTIVAS Y PASIVAS, COMISIONES Y RECARGOS												
		VIGENTES A PARTIR DEL 1 DE JUNIO DE 2017												
I. TASAS DE INTERÉS NOMINALES Y EFECTIVAS PARA OPERACIONES ACTIVAS		TASA DE REFERENCIA ÚNICA DE OPERACIONES US DÓLARES T.R.U. = 17.50% ANUAL												
OPERACIONES ACTIVAS	AGROPECUARIOS		MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA		PROGRAMA DE MICROCRÉDITO		CRÉDITO ESTACIONAL DE PROGRAMA DE MICROCRÉDITO		PRÉSTAMOS AUTOMÁTICOS		OTROS PRÉSTAMOS		PROGRAMAS ESPECIALES	
	TASA NOMINAL	TASA EFECTIVA	TASA NOMINAL	TASA EFECTIVA	TASA NOMINAL	TASA EFECTIVA	TASA NOMINAL	TASA EFECTIVA	TASA NOMINAL	TASA EFECTIVA	TASA NOMINAL	TASA EFECTIVA	TASA NOMINAL	TASA EFECTIVA
I. PARA ACTIVIDADES PRODUCTIVAS Y OTROS														
A. HASTA UN AÑO PLAZO	Desde 8.75% Hasta 13.50%	Desde 10.82% Hasta 16.63%	Desde 9.00% Hasta 13.50%	Desde 12.62% Hasta 25.29%	Desde 10.00% Hasta 28.50%	Desde 20.71% Hasta 46.05%	Hasta 28.50%	Hasta 36.46%	4.00% S/tasa del Depósito	—	Desde 7.00% Hasta 17.00%	Desde 9.46% Hasta 28.47%		
B. MÁS DE UN AÑO PLAZO	Desde 8.75% Hasta 13.50%	Desde 10.30% Hasta 18.16%	Desde 10.00% Hasta 13.50%	Desde 11.92% Hasta 20.71%	Desde 16.00% Hasta 28.50%	Desde 20.41% Hasta 39.78%					Desde 7.00% Hasta 17.00%	Desde 7.55% Hasta 24.36%		
C. PLAN DE AGRICULTURA FAMILIAR AVIO GRANOS BÁSICOS	Desde 4.00% Hasta 9.00%	Desde 9.40% Hasta 12.88%												
D. LÍNEAS ESPECIALES PARA EL FOMENTO A LA CAFICULTURA	Desde 4.00% Hasta 6.00%	Desde 6.31% Hasta 9.04%												
E. PROGRAMAS ESPECIALES FICAFE													* TIBP+1.00%	—
II. REFINANCIAMIENTOS DE PRÉSTAMOS	Desde 7.75% Hasta 14.50%	Desde 8.50% Hasta 20.43%	Desde 8.00% Hasta 14.50%	Desde 8.72% Hasta 25.29%	Desde 10.00% Hasta 31.50%	Desde 12.64% Hasta 44.45%					Desde 15.00% Hasta 18.00%	Desde 16.58% Hasta 28.47%		
III. REESTRUCTURACIONES DE PRÉSTAMOS	Desde 8.75% Hasta 13.50%	Desde 9.70% Hasta 16.96%	Desde 9.00% Hasta 13.50%	Desde 10.58% Hasta 21.62%	Desde 10.00% Hasta 31.50%	Desde 17.89% Hasta 41.60%					Desde 7.00% Hasta 17.00%	Desde 7.26% Hasta 24.71%		
IV. SOBREGIROS EVENTUALES											16.00%	16.00%		
V. PRÉSTAMOS BANDESAL	Desde 7.00% Hasta 12.25%	Desde 8.31% Hasta 17.14%	Desde 8.25% Hasta 12.25%	Desde 12.85% Hasta 21.88%							Desde 6.00% Hasta 12.00%	Desde 7.12% Hasta 22.08%		
VI. PRÉSTAMOS BCIE	Desde 8.75% Hasta 13.50%	Desde 10.30% Hasta 18.16%	Desde 9.00% Hasta 13.50%	Desde 11.92% Hasta 25.29%	Desde 10.00% Hasta 28.50%	Desde 20.41% Hasta 46.05%								
VII. INTERESES MORATORIOS PRÉSTAMOS	5.00%/Capital en mora	5.00%/Capital en mora	5.00%/Capital en mora	5.00%/Capital en mora	5.00%/Capital en mora	5.00%/Capital en mora	5.00%/Capital en mora	5.00%/Capital en mora	5.00%/Capital en mora	5.00%/Capital en mora	5.00%/Capital en mora	5.00%/Capital en mora	5.00%/Capital en mora	5.00%/Capital en mora
TASA DE REFERENCIA ANUAL BANDESAL = 6.25%		*Tasa de Interés Básica Pasiva Promedio Ponderado de los depósitos a 180 días plazo, publicada por el BCR.												
Tasa Efectiva: Resulta de la aplicación de la metodología de cálculo establecida por la Superintendencia del Sistema Financiero, en las "Normas para la Transparencia de la Información de los Servicios Financieros" NP84-46. La tasa máxima de interés efectiva anualizada asume un desembolso único, y considera los cargos que el cliente pagaría al Banco por el financiamiento; e incluye, los cargos máximos por cuenta de terceros que fuesen necesarios para viabilizar y/o respaldar sus operaciones crediticias.														

Ilustración 282 Tasas de Interes BFA parte I

II. COMISIONES POR OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL

A. COMISIONES	A LA VISTA	A PLAZO	MÍNIMO
1. CARTAS DE CRÉDITO DE IMPORTACIÓN APERTURA	0.50%	1.00%	\$20.00
INCREMENTO AL VALOR	0.50%	1.00%	\$20.00
ENMIENDAS (CADA UNA)			\$20.00
PRÓRROGA DE PLAZO	0.50%	0.50%	\$25.00
POR ANULACIÓN SIN UTILIZAR			\$10.00
2. CARTAS DE CRÉDITO DE EXPORTACIÓN CONFIRMACIÓN (CADA TRES MESES) AVISO	0.125%	0.125%	\$20.00
ACEPTACIÓN	0.125%	0.125%	\$20.00
ENMIENDAS (CADA UNA)			\$20.00
DISCREPANCIAS			\$20.00
3. EMISIÓN DE GIROS			\$5.00
4. TRANSFERENCIAS EN US DÓLARES ENVIADAS (MÁS GASTOS DE COMUNICACIÓN) RECIBIDAS			\$15.00
5. COBRANZAS (C/JUEGO DE DOCUMENTOS) IMPORTACIONES EXPORTACIONES	0.25% 0.125%	0.25% 0.125%	\$20.00 \$20.00
6. OTRAS COMISIONES SUSPENSIÓN DE PAGOS DE GIROS RECHAZO DE GIROS (MÁS GASTOS DE CORRESPONSAL)			\$15.00 \$15.00
8. GASTOS POR CUENTA DE LOS CLIENTES COMUNICACIONES PAPELERÍA COURIER			\$25.00 \$15.00 \$50.00

COMISIONES TARJETA DE DÉBITO

COMISIONES	MONTO
1. TRANSACCIONES EN OTRAS REDES DE CAJEROS AUTOMÁTICOS EN EL SALVADOR	\$1.00
2. TRANSACCIONES EN CAJERO AUTOMÁTICO FUERA DE EL SALVADOR	\$3.00
3. REPOSICIÓN DE PIN	\$1.00
4. REPOSICIÓN DE TARJETA POR PÉRDIDA, ROBO Y EXTRAVÍO	\$3.00
5. ACCESO A CANALES ELECTRÓNICOS DE OTRAS REDES	TARJETA TITULAR \$1.00 MENSUAL Y TARJETA ADICIONAL \$0.50 MENSUAL

III. COMISIONES Y CARGOS POR SERVICIOS Y TASAS DE INTERÉS POR OPERACIONES PASIVAS

COMISIONES POR SERVICIO	MONTO
1. REPOSICIÓN DE LIBRETAS DE AHORRO POR ROBO, DETERIORO O EXTRAVÍO	\$3.00 POR LIBRETA
2. REPOSICIÓN DE CERTIFICADO DE DEPÓSITO A PLAZO POR ROBO O EXTRAVÍO	\$6.00 POR CERTIFICADO MÁS GASTOS DE PUBLICACIÓN
3. CERTIFICACIÓN DE CHEQUES	\$1.50 POR CADA CHEQUE
4. EMISIÓN DE CHEQUE DE CAJA (EXCEPTO RETIRO CUENTA DE AHORRO)	\$1.50 POR CHEQUE
5. LIBERACIÓN DE FONDOS SOLICITADOS POR EL CLIENTE	0.50% SOBRE EL VALOR LIBERADO, MÍNIMO \$3.00
6. COPIAS, CONSTANCIAS Y CERTIFICACIONES	\$1.00 CADA UNA
7. TRANSFERENCIAS LOCALES	0.15% SOBRE VALOR TRANSFERIDO, MÍNIMO \$2.00
8. TRANSFERENCIA DE FONDOS INTERBANCARIOS LOCAL LBTR	HASTA \$2.50 POR TRANSFERENCIA
9. TRANSFERENCIA DE FONDOS INTERBANCARIOS REGIONAL LBTR-SIP	HASTA \$5.00 POR TRANSFERENCIA (INCLUYE LAS TARIFAS VIGENTES QUE SON DISTRIBUIDAS SEGÚN LO ESTABLECIDO POR EL CONSEJO MONETARIO CENTROAMERICANO)
10. PAGO PLANILLA: POR CHEQUE PAGADO EN BANCO ABONO A CUENTA CON NÓMINA ABONO ELECTRÓNICO A CUENTA	\$1.00 POR CADA CHEQUE \$0.60 POR NOTA DE ABONO \$0.60 POR CADA PAGO EN EFECTIVO \$0.60 POR CADA ABONO HASTA \$2.00 POR PLANILLA
11. RECEPCIÓN DE PLANILLAS DE LAS AFP's	1.00% SOBRE EL MONTO
12. SOBREGIRO EN CUENTA CORRIENTE	
13. COBRO POR SERVICIO DE COLECTURÍA: EMPRESAS LOTIFICADORAS, COLEGIOS Y OTROS	HASTA \$0.50 CADA UNO
RECEPCIÓN PAGOS DE PROYECTOS DE AGUA	HASTA \$0.25 CADA UNO
14. ENVÍO DE ESTADO DE CUENTA ADICIONAL: POR MEDIOS MAGNÉTICOS Y ELECTRÓNICOS VÍA FAX	\$1.50 POR CUENTA \$1.00 POR HOJA \$0.50 POR PÁGINA
15. FOTOCOPIAS DE ESTADOS DE CUENTA YA ENTREGADO	\$1.00 MÁS GASTOS DE ENVÍO, SI APLICA
16. INFORMACIÓN EN CUMPLIMIENTO A LA LAIP: POR MEDIOS MAGNÉTICOS (CD) COPIAS	\$1.00 PRIMERA PÁGINA, DE LA SEGUNDA PÁGINA EN ADELANTE \$0.10 CADA UNA, MÁS GASTOS DE ENVÍO, SI APLICA 1.00% SOBRE MONTO LIBERADO, MÍNIMO \$3.00 \$0.50 POR CADA \$100.00 O FRACCIÓN
17. LIBERACIÓN EN COMPENSACIÓN EXTRANJERA	
18. CONTEO EN MONEDA FRACCIONARIA Es aplicable a clientes que por su giro comercial manejan altos volúmenes y que requieren este servicio.	\$5.00 MENSUALES
19. MANEJO DE CUENTAS CORRIENTES Y DE AHORROS CON SALDO MENOR DEL MÍNIMO ESTABLECIDO PARA SU APERTURA	3.00% POR AÑO O FRACCIÓN, MÍNIMO \$11.43
20. OTORGAMIENTO DE AVALES Y FIANZAS	\$1.15 POR MILLAR, MÍNIMO \$35.00, MÁXIMO \$575.00
21. VALÚOS, REVALÚOS Y PERITAJES Es aplicable cuando lo realiza Peritos Valuadores del Banco	
22. AUTORIZACIÓN PARA LOTIFICACIÓN, DESGRAVACIÓN Y VENTA DE INMUEBLES HIPOTECADOS A FAVOR DEL BFA	0.10% SOBRE MONTO DEL CRÉDITO, MÍNIMO \$15.00
23. MODIFICACIÓN A TÉRMINOS DEL CRÉDITO: PLAN DE PAGOS, CODEUDOR, DESTINO, ETC.	0.25% SOBRE MONTO DEL CRÉDITO, MÍNIMO \$15.00
24. ANTICIPO DE CRÉDITOS	0.25% SOBRE MONTO DEL ANTICIPO, MÍNIMO \$2.86
25. ASESORÍA FINANCIERA	HASTA 3.00% SOBRE MONTO, MÍNIMO \$5.00
26. LÍNEA DE CRÉDITO ROTATIVA a) ACTIVIDADES PRODUCTIVAS Y OTROS: ASESORÍA FINANCIERA, PRÓRROGAS Y MODIFICACIONES DISPONIBILIDAD b) AGENTES VENDEDORES DE BILLETES DE LA LNB: ASESORÍA FINANCIERA DISPONIBILIDAD	0.50% SOBRE MONTO, MÍNIMO \$15.00 0.25% SOBRE USO DE FONDOS DISPONIBLES, MÍNIMO \$5.00 1.50% SOBRE MONTO 0.25% SOBRE USO DE FONDOS DISPONIBLES
27. CONVENIOS ESPECIALES	LO ESTABLECIDO EN CADA CONVENIO

CARGOS POR CUENTAS DE TERCEROS	MONTO
1. VALÚOS, REVALÚOS Y PERITAJES Es aplicable cuando lo realiza Peritos Valuadores Externos	\$1.15 POR MILLAR, MÍNIMO \$35.00, MÁXIMO \$575.00
2. SEGUROS DE VIDA	DE ACUERDO A TARIFAS DEL ASEGURADOR
3. SEGUROS DE DAÑOS	DE ACUERDO A TARIFAS DEL ASEGURADOR

RECARGOS	MONTO
RECHAZO DE CHEQUES POR INSUFICIENCIA DE FONDOS	\$5.00 POR CHEQUE

Este recargo es aplicable únicamente a los emisores de cheques rechazados, por mal manejo de la cuenta.

TASAS DE INTERÉS POR OPERACIONES PASIVAS

DEPÓSITOS 1/	TASA DE INTERÉS ANUAL (%)
A. DEPÓSITOS DE AHORRO CORRIENTE	
HASTA \$ 1,000.00	0.50%
DE \$ 1,000.01 HASTA \$ 5,000.00	0.75%
DE \$ 5,000.01 HASTA \$ 10,000.00	0.75%
DE \$ 10,000.01 HASTA \$ 50,000.00	1.00%
MÁS DE \$ 50,000.00	1.50%
B. DEPÓSITOS DE AHORRO INFANTIL:	
HASTA \$ 1,000.00	1.00%
MÁS DE \$ 1,000.00	1.50%
C. DEPÓSITOS A PLAZO FIJO 2/	
A 30 DÍAS	1.00%
A 60 DÍAS	1.00%
A 90 DÍAS	1.10%
A 120 DÍAS	1.10%
A 150 DÍAS	1.20%
A 180 DÍAS	1.30%
A 360 DÍAS	1.55%
MÁS DE 360 DÍAS	1.55%

1/ De conformidad al Artículo 156 de la Ley de Bancos. La garantía a que se refiere el Título de Garantía de Depósitos, en el caso del Banco de Fomento Agropecuario, la otorgará el Estado.

2/ En cumplimiento con lo establecido en el último inciso del literal e) del Art. 56 de la Ley de Bancos, los Depósitos a Plazo de renovación automática que sufran disminuciones en la tasa de interés, ésta entrará en vigencia ocho días después de la publicación y cuentan con los quince días siguientes a la expiración del plazo para retirarlos sin penalidad alguna.

Los reclamos que planteen los consumidores de los servicios financieros, serán atendidos en cualquiera de nuestros Centros de Servicio o en la Oficina de Servicios de Atención al Consumidor del BFA, ubicada en el kilómetro 10½, carretera al Puerto de La Libertad, o en el Teléfono 2241-0930, correo electrónico: atencionalconsumidor@bfa.gob.sv

LAS DISTINTAS MODALIDADES DE DEPÓSITOS, HAN SIDO APROBADAS POR EL BANCO CENTRAL DE RESERVA DE EL SALVADOR, EN LO CONCERNIENTE A LA TRANSFERENCIA, NEGOCIABILIDAD Y PLAZO. LAS TASAS, COMISIONES Y TARIFAS, ESTARÁN SUJETAS A CAMBIO, DE ACUERDO A FLUCTUACIONES DEL MERCADO Y NO INCLUYE IVA.

Ilustración 283 Tasas de Interes de BFA parte II

20. TABLA DE RANGOS DE TASAS DE INTERÉS DE BANDESAL

PLAZOS	INSTITUCIONES REGULADAS	INSTITUCIONES NO REGULADAS		
		NB1	NB2	NB3
Hasta 1 año	5.75%	+0.25	+0.50	+0.75
De 1 hasta 3 años	6.00%			
De 3 hasta 5 años	6.00%			
De 5 Hasta 7 años	6.25%			
De 7 hasta 10 años	6.50%			
De 10 hasta 15 años	6.75%			
De 15 hasta 20 años	7.00%			
Más de 20 años	7.25%			

Ilustración 284 Tasas de Interés de BANDESAL

21. PLAN ESTRATEGICO DE LA POLICIA NACIONAL CIVIL

El Plan Estratégico Institucional contempla las siguientes líneas estratégicas:

1. PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA Y LA DELINCUENCIA CON ENFOQUE DE POLICÍA COMUNITARIA

Esta línea tiene como componente principal el acercamiento a la comunidad para fortalecer el trabajo de prevención de la violencia y delincuencia, fortalecer la gestión territorial de la Policía mediante la implementación de la filosofía de policía comunitaria en todos los niveles de la institución, cuyos resultados se verán reflejados en la efectividad del quehacer policial y satisfacción del personal. Se priorizan tres grandes retos: generar confianza, dar respuesta efectiva a los requerimientos de seguridad de la población y promover la participación ciudadana en la prevención de la violencia y delincuencia.

2. INVESTIGACIÓN CRIMINAL.

El propósito principal de esta línea es desarrollar un sistema integral de investigación que comprende tres grandes fases: organización, desarrollo profesional e implementación de una metodología definida, así mismo busca fortalecer la investigación técnica y científica del delito.

3. INTELIGENCIA POLICIAL.

A través de esta línea se proyecta crear y desarrollar un sistema de inteligencia policial para la prevención y la respuesta coercitiva de la Policía Nacional Civil contra la delincuencia común y el crimen organizado.

4. GESTIÓN DEL DESARROLLO Y BIENESTAR DEL RECURSO HUMANO.

Dentro de esta línea de trabajo se contempla el desarrollo de dos políticas, de la cuales una se relaciona con el bienestar del personal de la institución, y la otra con la adquisición y el mantenimiento de los inmuebles que ocupan las diferentes

dependencias policiales para asegurar condiciones dignas para el trabajo y el servicio.

5. ATENCIÓN A NIÑOS, NIÑAS, ADOLESCENTES, MUJERES Y OTROS GRUPOS EN SITUACIÓN DE VULNERABILIDAD DESDE LA PERSPECTIVA POLICIAL.

Esta línea contempla la creación e implementación de un sistema integral de atención y seguimiento, de todos aquellos casos de niños, niñas, adolescentes, mujeres, adultos mayores y demás grupos en situación de vulnerabilidad que sean o puedan ser víctimas de la violencia, a fin de implementar acciones desde la perspectiva policial que ayuden a prevenir la violencia intrafamiliar, la violencia de género y el involucramiento de menores en hechos delictivos.

6. FORTALECIMIENTO DE LA ORGANIZACIÓN Y COORDINACIÓN INSTITUCIONAL.

Con el fin de utilizar de manera efectiva los recursos laborales y lograr los objetivos y metas institucionales, en esta línea se desarrollará un sistema de gestión administrativa y logística que incluye la reestructuración de la institución, en función del fortalecimiento territorial y un adecuado modelo de policía comunitaria, lo que conlleva una implementación de la plantilla policial acorde a la estructura organizativa.

Plan El Salvador Seguro.

El Consejo Nacional de Seguridad Ciudadana y Convivencia ha elaborado un diagnóstico sobre la inseguridad en El Salvador y ha desarrollado este plan, organizado en torno a los cinco ejes de la Política.

Nacional de Justicia, Seguridad Pública y Convivencia. Este plan es el resultado de la articulación y la colaboración entre los sectores y miembros representativos del Consejo, mesas técnicas con amplia participación de otras organizaciones y de las consultas sectoriales y territoriales que se hicieron con este propósito; ha retomado también insumos de diferentes estudios, propuestas y buenas prácticas nacionales e internacionales relacionadas con el tema.

El Consejo Nacional de Seguridad Ciudadana y Convivencia, ayuda a impulsar los consensos necesarios para el buen desarrollo de la estrategia de seguridad pública.

Es un solo Plan, de carácter integral y flexible que consta de cinco ejes y ciento veinticuatro acciones prioritarias, urgentes, de corto, mediano y largo plazo, para enfrentar la violencia y la criminalidad, garantizar el acceso a la justicia y la atención y protección a víctimas.

El Plan es un marco de resultados, metas y recursos que define las acciones y canaliza las energías de todos los sectores del Consejo. Incorpora el principio de gestión basada en resultados y por tanto constituye un documento vivo que se retroalimenta del seguimiento y la evaluación para decidir sobre las estrategias, acciones y la asignación de recursos para alcanzar sus objetivos.

Ejes del Plan

1. Prevención de la violencia.

Estrategia:

Intervención articulada, inter institucional e inter sectorial para recuperar el control del territorio, focalizando acciones en los grupos poblacionales que viven en condiciones de mayor exclusión y vulnerabilidad a la violencia y la criminalidad (prevención secundaria).

2. Persecución penal.

Estrategia:

Coordinación interinstitucional, adecuación legal, funcional y territorial con asignación de recursos para la persecución y juzgamiento del delito, con énfasis en los delitos de mayor gravedad y connotación social.

3. Rehabilitación y reinserción.

Estrategia:

Reordenamiento de la población según criterios legales (peligrosidad y fases de cumplimiento), reducción de hacinamiento, adecuación de infraestructura y uso de tecnología para garantizar la seguridad, y la ampliación de programas de rehabilitación y reinserción.

4. Atención y protección de víctimas.

Estrategia:

Construcción de un modelo, una política y un marco legal para la articulación de la oferta institucional orientada a garantizar la atención integral y la protección de las personas, familias y comunidades víctimas de la violencia.

5. Fortalecimiento institucional.

Estrategia:

Adecuación del marco legal e institucional para actuar como sistema con mecanismos de coordinación, planificación, gestión y análisis de la información y aplicación de protocolos de actuación conjuntos así como con procedimientos institucionalizados para el saneamiento y el combate a la corrupción.

22. ESTADO DE RESULTADO ANUALES POR PAQUETES

A continuación se presenta los estados de resultado anuales por paquetes

AÑO 1	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4
Estado de Resultado				
Detalle				
Ingresos por ventas	\$36,448.50	\$58,936.12	\$34,990.56	\$37,553.00
(-) Costos de operación	\$13,789.68	\$21,596.17	\$13,644.95	\$18,674.25
(=) Utilidad bruta	\$22,658.82	\$37,339.95	\$21,345.61	\$18,878.75
(-) Costos de administración	\$1,866.96	\$2,998.90	\$1,810.54	\$2,396.51
(-) Costos de comercialización	\$111.99	\$179.90	\$108.61	\$143.76
(-) Costos Financieros	\$1,483.65	\$2,383.20	\$1,438.82	\$1,904.48
(=) Utilidad antes de impuesto	\$19,196.21	\$31,777.95	\$17,987.64	\$14,434.00
(-) Impuestos	\$4,799.05	\$7,944.49	\$4,496.91	\$3,608.50
(=) Utilidad neta	\$14,397.16	\$23,833.46	\$13,490.73	\$10,825.50

Tabla 543 Estado de Resultado Total Año 1

AÑO 2	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4
Estado de Resultado				
Detalle				
Ingresos por ventas	\$38,084.81	\$61,581.98	\$36,561.41	\$39,238.89
(-) Costos de operación	\$14,544.20	\$21,861.19	\$9,605.60	\$11,737.54
(=) Utilidad bruta	\$23,540.60	\$39,720.78	\$26,955.81	\$27,501.35
(-) Costos de administración	\$1,866.96	\$2,998.90	\$1,810.54	\$2,396.51
(-) Costos de comercialización	\$111.99	\$179.90	\$108.61	\$143.76
(-) Costos Financieros	\$1,483.65	\$2,383.20	\$1,438.82	\$1,904.48
(=) Utilidad antes de impuesto	\$20,078.00	\$34,158.78	\$23,597.84	\$23,056.60
(-) Impuestos	\$5,019.50	\$8,539.70	\$5,899.46	\$5,764.15
(=) Utilidad neta	\$15,058.50	\$25,619.09	\$17,698.38	\$17,292.45

Tabla 544 Estado de Resultado Total Año 2

AÑO 3	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4
--------------	------------------	------------------	------------------	------------------

Estado de Resultado				
Detalle				
Ingresos por ventas	\$39,798.66	\$64,353.23	\$38,206.71	\$41,004.68
(-) Costos de operación	\$14,862.32	\$22,304.63	\$9,711.64	\$11,833.94
(=) Utilidad bruta	\$24,936.34	\$42,048.60	\$28,495.07	\$29,170.74
(-) Costos de administración	\$1,866.96	\$2,998.90	\$1,810.54	\$2,396.51
(-) Costos de comercialización	\$111.99	\$179.90	\$108.61	\$143.76
(-) Costos Financieros	\$1,483.65	\$2,383.20	\$1,438.82	\$1,904.48
(=) Utilidad antes de impuesto	\$21,473.73	\$36,486.60	\$25,137.10	\$24,725.99
(-) Impuestos	\$5,368.43	\$9,121.65	\$6,284.27	\$6,181.50
(=) Utilidad neta	\$16,105.30	\$27,364.95	\$18,852.82	\$18,544.49

Tabla 545 Estado de Resultado Total Año 3

AÑO 4	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4
Estado de Resultado				
Detalle				
Ingresos por ventas	\$41,582.31	\$67,237.34	\$39,919.02	\$42,842.38
(-) Costos de operación	\$15,193.39	\$22,766.12	\$9,822.00	\$11,934.26
(=) Utilidad bruta	\$26,388.92	\$44,471.22	\$30,097.02	\$30,908.12
(-) Costos de administración	\$1,866.96	\$2,998.90	\$1,810.54	\$2,396.51
(-) Costos de comercialización	\$111.99	\$179.90	\$108.61	\$143.76
(-) Costos Financieros	\$1,483.65	\$2,383.20	\$1,438.82	\$1,904.48
(=) Utilidad antes de impuesto	\$22,926.31	\$38,909.22	\$26,739.04	\$26,463.37
(-) Impuestos	\$5,731.58	\$9,727.30	\$6,684.76	\$6,615.84
(=) Utilidad neta	\$17,194.74	\$29,181.91	\$20,054.28	\$19,847.52

Tabla 546 Estado de Resultado Total Año 4

AÑO 5	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4
Estado de Resultado				
Detalle				
Ingresos por ventas	\$43,451.27	\$70,259.38	\$41,713.21	\$44,767.97
(-) Costos de operación	\$15,540.29	\$23,249.68	\$9,937.63	\$12,039.39
(=) Utilidad bruta	\$27,910.97	\$47,009.70	\$31,775.58	\$32,728.58
(-) Costos de administración	\$1,866.96	\$2,998.90	\$1,810.54	\$2,396.51
(-) Costos de comercialización	\$111.99	\$179.90	\$108.61	\$143.76
(-) Costos Financieros	\$1,483.65	\$2,383.20	\$1,438.82	\$1,904.48
(=) Utilidad antes de impuesto	\$24,448.36	\$41,447.70	\$28,417.61	\$28,283.83
(-) Impuestos	\$6,112.09	\$10,361.92	\$7,104.40	\$7,070.96
(=) Utilidad neta	\$18,336.27	\$31,085.77	\$21,313.20	\$21,212.87

Tabla 547 Estado de Resultado Total Año 5

23. BALANCES GENERAL MENSUAL

A continuación se presenta el Balance general inicial para el primer año de operación del Centro Ecoturístico Punta Real.

	AL 1 DE ENERO	AL 31 DE ENERO	AL 31 DE FEBRERO	AL 31 DE MARZO	A AL 31 DE BRIL	AL 31 DE MAYO	AL 31 DE UNIO
Activos							
Activos circulantes							
Efectivo							
Bancos	\$23,807.54	\$32,198.06	\$37,822.78	\$47,156.68	\$53,295.96	\$60,078.46	\$66,282.07
Caja	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01
Total de efectivo	\$27,949.55	\$36,340.07	\$41,964.79	\$51,298.69	\$57,437.97	\$64,220.47	\$70,424.08
Inventarios	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74
Total activo circulante	\$30,340.29	\$38,730.81	\$44,355.53	\$53,689.43	\$59,828.71	\$66,611.21	\$72,814.82
Activos no circulantes							
Mobiliario y equipo	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83
Edificios e infraestructura	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16
Terreno	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00
Inversión intangible	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92
Depreciación acumulada	\$0.00	\$1,434.47	\$2,868.94	\$4,303.41	\$5,737.88	\$7,172.35	\$8,606.82
Total activo no circulante	\$275,830.91	\$274,396.44	\$272,961.97	\$271,527.50	\$270,093.03	\$268,658.56	\$267,224.09
Total de activos	\$306,171.20	\$313,127.25	\$317,317.50	\$325,216.93	\$329,921.74	\$335,269.77	\$340,038.91
Pasivos							
Pasivos Circulante							
Cuentas por Pagar	\$0.00						
Otros pasivos	\$0.00						
Pasivo No circulante	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Deuda a Largo Plazo	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50
Total Pasivo	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50
Patrimonio							
Capital	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70
Utilidades no distribuidas	\$0.00	\$6,956.05	\$11,146.30	\$19,045.73	\$23,750.54	\$29,098.57	\$33,867.71

Total patrimonio	\$190,808.70	\$197,764.75	\$201,955.00	\$209,854.43	\$214,559.24	\$219,907.27	\$224,676.41
Pasivos + patrimonio	\$306,171.20	\$313,127.25	\$317,317.50	\$325,216.93	\$329,921.74	\$335,269.77	\$340,038.91

Tabla 548 Balance General Mensual para año 1

	AL 31 DE JULIO	AL 31 DE AGOSTO	AL 31 DE SEPTIEMBRE	AL 31 DE OCTUBRE	AL 31 DE NOVIEMBRE	AL 31 DE DICIEMBRE
Activos						
Activos circulantes						
Efectivo						
Bancos	\$71,971.10	\$79,461.13	\$84,678.48	\$89,531.35	\$95,499.11	\$103,568.03
Caja	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01
Total de efectivo	\$76,113.11	\$83,603.14	\$88,820.49	\$93,673.36	\$99,641.12	\$107,710.04
Inventarios	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74
Total activo circulante	\$78,503.85	\$85,993.88	\$91,211.23	\$96,064.10	\$102,031.86	\$110,100.78
Activos no circulantes						
Mobiliario y equipo	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83
Edificios e infraestructura	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16
Terreno	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00
Inversión intangible	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92
Depreciación acumulada	\$10,041.29	\$11,475.76	\$12,910.23	\$14,344.70	\$15,779.17	\$17,213.64
Total activo no circulante	\$265,789.62	\$264,355.15	\$262,920.68	\$261,486.21	\$260,051.74	\$258,617.27
Total de activos	\$344,293.47	\$350,349.03	\$354,131.91	\$357,550.31	\$362,083.60	\$368,718.05
Pasivos						
Pasivos Circulante						
Cuentas por Pagar						
Otros pasivos						
Pasivo No	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00

circulante						
Deuda a Largo Plazo	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50
Total Pasivo	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50
Patrimonio						
Capital	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70
Utilidades no distribuidas	\$38,122.27	\$44,177.83	\$47,960.71	\$51,379.11	\$55,912.40	\$62,546.85
Total patrimonio	\$228,930.97	\$234,986.53	\$238,769.41	\$242,187.81	\$246,721.10	\$253,355.55
Pasivos + patrimonio	\$344,293.47	\$350,349.03	\$354,131.91	\$357,550.31	\$362,083.60	\$368,718.05

Tabla 549 Continuacion Balance General Mensual para año 1

24. ESTADOS FINANCIEROS DEL ESCENARIO 1

A continuación se muestran los estados financieros para el escenario 1 donde se comienza con el estado de resultado por paquetes para el año 1.

Estados de Resultados por Paquete: Mensual para el año 1.

Paquete 1 Año 1	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Estado de Resultado						
Detalle						
Ingresos por ventas	\$3,668.12	\$2,667.72	\$4,009.34	\$2,853.84	\$3,086.49	\$2,877.11
(-) Costos de operación	\$1,266.21	\$1,080.53	\$1,329.55	\$1,115.07	\$1,158.26	\$1,119.39
(=) Utilidad bruta	\$2,401.90	\$1,587.19	\$2,679.79	\$1,738.77	\$1,928.23	\$1,757.71
(-) Costos de administración	\$155.58	\$155.58	\$155.58	\$155.58	\$155.58	\$155.58
(-) Costos de comercialización	\$9.33	\$9.33	\$9.33	\$9.33	\$9.33	\$9.33
(-) Costos Financieros	\$123.64	\$123.64	\$123.64	\$123.64	\$123.64	\$123.64
(=) Utilidad antes de impuesto	\$2,113.35	\$1,298.64	\$2,391.24	\$1,450.22	\$1,639.68	\$1,469.16
(-) Impuestos	\$528.34	\$324.66	\$597.81	\$362.55	\$409.92	\$367.29

(=) Utilidad neta	\$1,585.01	\$973.98	\$1,793.43	\$1,087.66	\$1,229.76	\$1,101.87
-------------------	------------	----------	------------	------------	------------	------------

Tabla 550 Estado de Resultado Paquete 1 escenario 1

Paquete 1 Año 1	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Estado de Resultado						
Detalle						
Ingresos por ventas	\$2,690.99	\$3,342.41	\$2,520.38	\$2,388.54	\$2,791.80	\$3,551.79
(-) Costos de operación	\$1,084.85	\$1,205.76	\$1,053.18	\$1,028.71	\$1,103.56	\$1,244.62
(=) Utilidad bruta	\$1,606.14	\$2,136.65	\$1,467.20	\$1,359.83	\$1,688.24	\$2,307.17
(-) Costos de administración	\$155.58	\$155.58	\$155.58	\$155.58	\$155.58	\$155.58
(-) Costos de comercialización	\$9.33	\$9.33	\$9.33	\$9.33	\$9.33	\$9.33
(-) Costos Financieros	\$123.64	\$123.64	\$123.64	\$123.64	\$123.64	\$123.64
(=) Utilidad antes de impuesto	\$1,317.59	\$1,848.10	\$1,178.65	\$1,071.28	\$1,399.69	\$2,018.62
(-) Impuestos	\$329.40	\$462.02	\$294.66	\$267.82	\$349.92	\$504.65
(=) Utilidad neta	\$988.19	\$1,386.07	\$883.99	\$803.46	\$1,049.77	\$1,513.96

Tabla 551 Estado de Resultado paquete 1 escenario 1 parte II

Paquete 2 Año 1	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Estado de Resultado						
Detalle						
Ingresos por ventas	\$5,931.23	\$4,313.62	\$6,482.97	\$4,614.57	\$4,990.76	\$4,652.19
(-) Costos de operación	\$1,978.15	\$1,695.09	\$2,074.69	\$1,747.75	\$1,813.58	\$1,754.33
(=) Utilidad bruta	\$3,953.08	\$2,618.53	\$4,408.28	\$2,866.82	\$3,177.18	\$2,897.86
(-) Costos de administración	\$249.91	\$249.91	\$249.91	\$249.91	\$249.91	\$249.91
(-) Costos de comercialización	\$14.99	\$14.99	\$14.99	\$14.99	\$14.99	\$14.99
(-) Costos Financieros	\$198.60	\$198.60	\$198.60	\$198.60	\$198.60	\$198.60
(=) Utilidad antes de impuesto	\$3,489.58	\$2,155.03	\$3,944.78	\$2,403.32	\$2,713.68	\$2,434.36
(-) Impuestos	\$872.40	\$538.76	\$986.19	\$600.83	\$678.42	\$608.59
(=) Utilidad neta	\$2,617.19	\$1,616.28	\$2,958.58	\$1,802.49	\$2,035.26	\$1,825.77

Tabla 552 Estado de Resultado Paquete 2 escenario 1

Paquete 2 Año 1	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Estado de Resultado						
Detalle						
Ingresos por ventas	\$4,351.24	\$5,404.57	\$4,075.37	\$3,862.20	\$4,514.26	\$5,743.14
(-) Costos de operación	\$1,701.67	\$1,885.99	\$1,653.40	\$1,616.10	\$1,730.20	\$1,945.23
(=) Utilidad bruta	\$2,649.57	\$3,518.58	\$2,421.97	\$2,246.10	\$2,784.06	\$3,797.90
(-) Costos de administración	\$249.91	\$249.91	\$249.91	\$249.91	\$249.91	\$249.91
(-) Costos de comercialización	\$14.99	\$14.99	\$14.99	\$14.99	\$14.99	\$14.99
(-) Costos Financieros	\$198.60	\$198.60	\$198.60	\$198.60	\$198.60	\$198.60
(=) Utilidad antes de impuesto	\$2,186.07	\$3,055.08	\$1,958.47	\$1,782.60	\$2,320.56	\$3,334.40
(-) Impuestos	\$546.52	\$763.77	\$489.62	\$445.65	\$580.14	\$833.60
(=) Utilidad neta	\$1,639.55	\$2,291.31	\$1,468.85	\$1,336.95	\$1,740.42	\$2,500.80

Tabla 553 Estado de Resultado paquete 2 escenario 1 continuacion

Paquete 3 Año 1	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Estado de Resultado						
Detalle						
Ingresos por ventas	\$3,521.39	\$2,561.01	\$3,848.96	\$2,739.69	\$2,963.03	\$2,762.02
(-) Costos de operación	\$1,255.32	\$1,067.78	\$1,319.29	\$1,102.67	\$1,146.29	\$1,107.03
(=) Utilidad bruta	\$2,266.07	\$1,493.23	\$2,529.67	\$1,637.01	\$1,816.74	\$1,654.99
(-) Costos de administración	\$150.88	\$150.88	\$150.88	\$150.88	\$150.88	\$150.88
(-) Costos de comercialización	\$9.05	\$9.05	\$9.05	\$9.05	\$9.05	\$9.05
(-) Costos Financieros	\$119.90	\$119.90	\$119.90	\$119.90	\$119.90	\$119.90
(=) Utilidad antes de impuesto	\$1,986.24	\$1,213.40	\$2,249.84	\$1,357.18	\$1,536.91	\$1,375.16
(-) Impuestos	\$496.56	\$303.35	\$562.46	\$339.30	\$384.23	\$343.79
(=) Utilidad neta	\$1,489.68	\$910.05	\$1,687.38	\$1,017.89	\$1,152.68	\$1,031.37

Tabla 554 Estado de resultado paquete 3 escenario 1

Paquete 3 Año 1	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Estado de Resultado						
Detalle						
Ingresos por ventas	\$2,583.35	\$3,208.71	\$2,419.56	\$2,293.00	\$2,680.13	\$3,409.72

(-) Costos de operación	\$1,072.14	\$1,194.26	\$1,040.16	\$1,015.44	\$1,091.04	\$1,233.51
(=) Utilidad bruta	\$1,511.20	\$2,014.45	\$1,379.40	\$1,277.55	\$1,589.09	\$2,176.20
(-) Costos de administración	\$150.88	\$150.88	\$150.88	\$150.88	\$150.88	\$150.88
(-) Costos de comercialización	\$9.05	\$9.05	\$9.05	\$9.05	\$9.05	\$9.05
(-) Costos Financieros	\$119.90	\$119.90	\$119.90	\$119.90	\$119.90	\$119.90
(=) Utilidad antes de impuesto	\$1,231.37	\$1,734.62	\$1,099.57	\$997.72	\$1,309.26	\$1,896.37
(-) Impuestos	\$307.84	\$433.65	\$274.89	\$249.43	\$327.31	\$474.09
(=) Utilidad neta	\$923.53	\$1,300.96	\$824.68	\$748.29	\$981.94	\$1,422.28

Tabla 555 Estado de resultado paquete 3 escenario 1 parte II

Paquete 4 Año 1	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Estado de Resultado						
Detalle						
Ingresos por ventas	\$3,779.27	\$2,748.56	\$4,130.83	\$2,940.32	\$3,180.02	\$2,964.29
(-) Costos de operación	\$1,723.31	\$1,458.24	\$1,813.72	\$1,507.56	\$1,569.20	\$1,513.72
(=) Utilidad bruta	\$2,055.96	\$1,290.32	\$2,317.11	\$1,432.76	\$1,610.82	\$1,450.57
(-) Costos de administración	\$199.71	\$199.71	\$199.71	\$199.71	\$199.71	\$199.71
(-) Costos de comercialización	\$11.98	\$11.98	\$11.98	\$11.98	\$11.98	\$11.98
(-) Costos Financieros	\$158.71	\$158.71	\$158.71	\$158.71	\$158.71	\$158.71
(=) Utilidad antes de impuesto	\$1,685.56	\$919.92	\$1,946.71	\$1,062.37	\$1,240.42	\$1,080.17
(-) Impuestos	\$421.39	\$229.98	\$486.68	\$265.59	\$310.11	\$270.04
(=) Utilidad neta	\$1,264.17	\$689.94	\$1,460.03	\$796.77	\$930.32	\$810.13

Tabla 556 Estado de resultado paquete 4 escenario 1

Paquete 4 Año 1	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Estado de Resultado						
Detalle						
Ingresos por ventas	\$2,772.53	\$3,443.69	\$2,596.75	\$2,460.92	\$2,876.40	\$3,659.42
(-) Costos de operación	\$1,464.41	\$1,637.01	\$1,419.20	\$1,384.27	\$1,491.12	\$1,692.49

(=) Utilidad bruta	\$1,308.12	\$1,806.68	\$1,177.55	\$1,076.65	\$1,385.28	\$1,966.93
(-) Costos de administración	\$199.71	\$199.71	\$199.71	\$199.71	\$199.71	\$199.71
(-) Costos de comercialización	\$11.98	\$11.98	\$11.98	\$11.98	\$11.98	\$11.98
(-) Costos Financieros	\$158.71	\$158.71	\$158.71	\$158.71	\$158.71	\$158.71
(=) Utilidad antes de impuesto	\$937.73	\$1,436.28	\$807.15	\$706.25	\$1,014.88	\$1,596.54
(-) Impuestos	\$234.43	\$359.07	\$201.79	\$176.56	\$253.72	\$399.13
(=) Utilidad neta	\$703.30	\$1,077.21	\$605.36	\$529.69	\$761.16	\$1,197.40

Tabla 557 Estado de resultado paquete 4 escenario 1 parte II

Estados de resultado anuales por paquete (año 1 al 5)

Año 1	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4
Estado de Resultado				
Detalle				
Ingresos por ventas	\$36,448.50	\$58,936.12	\$34,990.56	\$37,553.00
(-) Costos de operación	\$13,789.68	\$21,596.17	\$13,644.95	\$18,674.25
(=) Utilidad bruta	\$22,658.82	\$37,339.95	\$21,345.61	\$18,878.75
(-) Costos de administración	\$1,866.96	\$2,998.90	\$1,810.54	\$2,396.51
(-) Costos de comercialización	\$111.99	\$179.90	\$108.61	\$143.76
(-) Costos Financieros	\$1,483.65	\$2,383.20	\$1,438.82	\$1,904.48
(=) Utilidad antes de impuesto	\$19,196.21	\$31,777.95	\$17,987.64	\$14,434.00
(-) Impuestos	\$4,799.05	\$7,944.49	\$4,496.91	\$3,608.50
(=) Utilidad neta	\$14,397.16	\$23,833.46	\$13,490.73	\$10,825.50

Tabla 558 Estado de resultados año 1 escenario 1

Año 2	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4
Estado de Resultado				
Detalle				
Ingresos por ventas	\$38,084.81	\$61,581.98	\$36,561.41	\$39,238.89
(-) Costos de operación	\$14,544.20	\$21,861.19	\$9,605.60	\$11,737.54
(=) Utilidad bruta	\$23,540.60	\$39,720.78	\$26,955.81	\$27,501.35
(-) Costos de administración	\$1,866.96	\$2,998.90	\$1,810.54	\$2,396.51
(-) Costos de comercialización	\$111.99	\$179.90	\$108.61	\$143.76
(-) Costos Financieros	\$1,483.65	\$2,383.20	\$1,438.82	\$1,904.48
(=) Utilidad antes de impuesto	\$20,078.00	\$34,158.78	\$23,597.84	\$23,056.60
(-) Impuestos	\$5,019.50	\$8,539.70	\$5,899.46	\$5,764.15
(=) Utilidad neta	\$15,058.50	\$25,619.09	\$17,698.38	\$17,292.45

Tabla 559 Estado de resultado año 2 escenario 1

Año 3	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4
Estado de Resultado				
Detalle				
Ingresos por ventas	\$39,798.66	\$64,353.23	\$38,206.71	\$41,004.68
(-) Costos de operación	\$14,862.32	\$22,304.63	\$9,711.64	\$11,833.94
(=) Utilidad bruta	\$24,936.34	\$42,048.60	\$28,495.07	\$29,170.74
(-) Costos de administración	\$1,866.96	\$2,998.90	\$1,810.54	\$2,396.51
(-) Costos de comercialización	\$111.99	\$179.90	\$108.61	\$143.76
(-) Costos Financieros	\$1,483.65	\$2,383.20	\$1,438.82	\$1,904.48
(=) Utilidad antes de impuesto	\$21,473.73	\$36,486.60	\$25,137.10	\$24,725.99
(-) Impuestos	\$5,368.43	\$9,121.65	\$6,284.27	\$6,181.50
(=) Utilidad neta	\$16,105.30	\$27,364.95	\$18,852.82	\$18,544.49

Tabla 560 Estado de resultado año 3 escenario 1

Año 4	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4
Estado de Resultado				

Detalle				
Ingresos por ventas	\$41,582.31	\$67,237.34	\$39,919.02	\$42,842.38
(-) Costos de operación	\$15,193.39	\$22,766.12	\$9,822.00	\$11,934.26
(=) Utilidad bruta	\$26,388.92	\$44,471.22	\$30,097.02	\$30,908.12
(-) Costos de administración	\$1,866.96	\$2,998.90	\$1,810.54	\$2,396.51
(-) Costos de comercialización	\$111.99	\$179.90	\$108.61	\$143.76
(-) Costos Financieros	\$1,483.65	\$2,383.20	\$1,438.82	\$1,904.48
(=) Utilidad antes de impuesto	\$22,926.31	\$38,909.22	\$26,739.04	\$26,463.37
(-) Impuestos	\$5,731.58	\$9,727.30	\$6,684.76	\$6,615.84
(=) Utilidad neta	\$17,194.74	\$29,181.91	\$20,054.28	\$19,847.52

Tabla 561 Estado de resultado año 4 escenario 1

Año 5	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4
Estado de Resultado				
Detalle				
Ingresos por ventas	\$43,451.27	\$70,259.38	\$41,713.21	\$44,767.97
(-) Costos de operación	\$15,540.29	\$23,249.68	\$9,937.63	\$12,039.39
(=) Utilidad bruta	\$27,910.97	\$47,009.70	\$31,775.58	\$32,728.58
(-) Costos de administración	\$1,866.96	\$2,998.90	\$1,810.54	\$2,396.51
(-) Costos de comercialización	\$111.99	\$179.90	\$108.61	\$143.76
(-) Costos Financieros	\$1,483.65	\$2,383.20	\$1,438.82	\$1,904.48
(=) Utilidad antes de impuesto	\$24,448.36	\$41,447.70	\$28,417.61	\$28,283.83
(-) Impuestos	\$6,112.09	\$10,361.92	\$7,104.40	\$7,070.96
(=) Utilidad neta	\$18,336.27	\$31,085.77	\$21,313.20	\$21,212.87

Tabla 562 Estado de resultado escenario 1

Estados de resultados general mensual (año 1)

Año 1	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Estado de Resultado						
Detalle						
Ingresos por ventas	\$16,900.01	\$12,290.91	\$18,472.10	\$13,148.42	\$14,220.30	\$13,255.61
(-) Costos de operación	\$6,222.99	\$5,301.64	\$6,537.25	\$5,473.05	\$5,687.32	\$5,494.48
(=) Utilidad bruta	\$10,677.01	\$6,989.27	\$11,934.85	\$7,675.37	\$8,532.98	\$7,761.13
(-) Costos de administración	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08
(-) Costos de comercialización	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36
(-) Costos Financieros	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85
(=) Utilidad antes de impuesto	\$9,274.74	\$5,587.00	\$10,532.57	\$6,273.09	\$7,130.70	\$6,358.85
(-) Impuestos	\$2,318.68	\$1,396.75	\$2,633.14	\$1,568.27	\$1,782.68	\$1,589.71
(=) Utilidad neta	\$6,956.05	\$4,190.25	\$7,899.43	\$4,704.82	\$5,348.03	\$4,769.14

Tabla 563 Estado de resultado general año 1 escenario 1

Año 1	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Estado de Resultado						
Detalle						
Ingresos por ventas	\$12,398.10	\$15,399.37	\$11,612.06	\$11,004.66	\$12,862.58	\$16,364.07
(-) Costos de operación	\$5,323.07	\$5,923.02	\$5,165.94	\$5,044.52	\$5,415.92	\$6,115.86
(=) Utilidad bruta	\$7,075.04	\$9,476.35	\$6,446.12	\$5,960.14	\$7,446.67	\$10,248.21
(-) Costos de administración	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08
(-) Costos de comercialización	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36
(-) Costos Financieros	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85
(=) Utilidad antes de impuesto	\$5,672.76	\$8,074.08	\$5,043.84	\$4,557.86	\$6,044.39	\$8,845.93
(-) Impuestos	\$1,418.19	\$2,018.52	\$1,260.96	\$1,139.47	\$1,511.10	\$2,211.48
(=) Utilidad neta	\$4,254.57	\$6,055.56	\$3,782.88	\$3,418.40	\$4,533.29	\$6,634.45

Tabla 564 Estado de resultado general año 1 escenario 1 continuacion

Estados de resultados generales anuales (año 1 al 5)

Estado de Resultado	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Detalle					
Ingresos por ventas	\$167,928.18	\$175,467.08	\$183,363.28	\$191,581.04	\$200,191.83
(-) Costos de operación	\$67,705.05	\$57,748.54	\$58,712.53	\$59,715.77	\$60,767.00
(=) Utilidad bruta	\$100,223.13	\$117,718.54	\$124,650.75	\$131,865.27	\$139,424.83
(-) Costos de administración	\$9,072.91	\$9,072.91	\$9,072.91	\$9,072.91	\$9,072.91
(-) Costos de comercialización	\$544.26	\$544.26	\$544.26	\$544.26	\$544.26
(-) Costos Financieros	\$7,210.16	\$7,210.16	\$7,210.16	\$7,210.16	\$7,210.16
(=) Utilidad antes de impuesto	\$83,395.80	\$100,891.21	\$107,823.42	\$115,037.94	\$122,597.50
(-) Impuestos	\$20,848.95	\$25,222.80	\$26,955.86	\$28,759.49	\$30,649.38
(=) Utilidad neta	\$62,546.85	\$75,668.41	\$80,867.57	\$86,278.46	\$91,948.13

Tabla 565 Estado de resultado años 1 al 5 escenario 1

Estado de flujo de efectivo general mensual (año1)

Del inicio al fin de	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Estado de Flujo de Efectivo						
Efectivo total inicial	\$27,949.55	\$36,340.07	\$41,964.79	\$51,298.69	\$57,437.97	\$64,220.47
(+) Ingresos por ventas	\$16,900.01	\$12,290.91	\$18,472.10	\$13,148.42	\$14,220.30	\$13,255.61
(-) Costo de Venta	\$6,222.99	\$5,301.64	\$6,537.25	\$5,473.05	\$5,687.32	\$5,494.48
(=) Utilidad Bruta	\$10,677.01	\$6,989.27	\$11,934.85	\$7,675.37	\$8,532.98	\$7,761.13
(-) Costos de Administración	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08
(-) Costos de comercialización	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36
(-) Costos Financiero	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85
(=) Utilidad Neta	\$9,274.74	\$5,587.00	\$10,532.57	\$6,273.09	\$7,130.70	\$6,358.85
(+) Depreciación y Amortización	\$1,434.47	\$1,434.47	\$1,434.47	\$1,434.47	\$1,434.47	\$1,434.47
(-) Impuestos	\$2,318.68	\$1,396.75	\$2,633.14	\$1,568.27	\$1,782.68	\$1,589.71
(-) Abonos a Capital	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
(-) % de Dividendos						
Flujo de efectivo del periodo	\$8,390.52	\$5,624.72	\$9,333.90	\$6,139.29	\$6,782.50	\$6,203.61
Efectivo total final	\$36,340.07	\$41,964.79	\$51,298.69	\$57,437.97	\$64,220.47	\$70,424.08

Tabla 566 Estado de flujo de efectivo mensual año 1 escenario 1

Estado de flujo de efectivo general mensual (año1), continuación

Del inicio al fin de	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Estado de Flujo de Efectivo						
Efectivo total inicial	\$70,424.08	\$76,113.11	\$83,603.14	\$88,820.49	\$93,673.36	\$99,641.12
(+) Ingresos por ventas	\$12,398.10	\$15,399.37	\$11,612.06	\$11,004.66	\$12,862.58	\$16,364.07
(-) Costo de Venta	\$5,323.07	\$5,923.02	\$5,165.94	\$5,044.52	\$5,415.92	\$6,115.86
(=) Utilidad Bruta	\$7,075.04	\$9,476.35	\$6,446.12	\$5,960.14	\$7,446.67	\$10,248.21
(-) Costos de Administración	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08
(-) Costos de comercialización	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36

(-) Costos Financiero	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85
(=)Utilidad Neta	\$5,672.76	\$8,074.08	\$5,043.84	\$4,557.86	\$6,044.39	\$8,845.93
(+) Depreciación y Amortización	\$1,434.47	\$1,434.47	\$1,434.47	\$1,434.47	\$1,434.47	\$1,434.47
(-) Impuestos	\$1,418.19	\$2,018.52	\$1,260.96	\$1,139.47	\$1,511.10	\$2,211.48
(-) Abonos a Capital	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
(-) % de Dividendos						
Flujo de efectivo del periodo	\$5,689.04	\$7,490.03	\$5,217.35	\$4,852.87	\$5,967.76	\$8,068.92
Efectivo total final	\$76,113.11	\$83,603.14	\$88,820.49	\$93,673.36	\$99,641.12	\$107,710.04

Tabla 567 Estado de flujo de efectivo general mensual año 1 escenario 1 continuacion

Estados de flujo de efectivo anuales (5 años)

Del inicio al fin de	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Estado de Flujo de Efectivo					
Efectivo total inicial	\$27,949.55	\$107,710.04	\$202,782.87	\$303,054.86	\$407,044.50
(+) Ingresos por ventas	\$167,928.18	\$175,467.08	\$183,363.28	\$191,581.04	\$200,191.83
(-) Costo de Venta	\$67,705.05	\$57,748.54	\$58,712.53	\$59,715.77	\$60,767.00
(=) Utilidad Bruta	\$100,223.13	\$117,718.54	\$124,650.75	\$131,865.27	\$139,424.83
(-) Costos de Administración	\$9,072.91	\$9,072.91	\$9,072.91	\$9,072.91	\$9,072.91
(-) Costos de comercialización	\$544.26	\$544.26	\$544.26	\$544.26	\$544.26
(-) Costos Financiero	\$7,210.16	\$7,210.16	\$7,210.16	\$7,210.16	\$7,210.16
(=)Utilidad Neta	\$83,395.80	\$100,891.21	\$107,823.42	\$115,037.94	\$122,597.50
(+) Depreciación y Amortización	\$17,213.64	\$19,404.42	\$19,404.42	\$19,404.42	\$19,404.42
(-) Impuestos	\$20,848.95	\$25,222.80	\$26,955.86	\$28,759.49	\$30,649.38
(-) Abonos a Capital	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$1,693.24	\$1,802.15
(-) % de Dividendos					
Flujo de efectivo del periodo	\$79,760.49	\$95,072.83	\$100,271.99	\$103,989.64	\$109,550.40
Efectivo total final	\$107,710.04	\$202,782.87	\$303,054.86	\$407,044.50	\$516,594.89

Tabla 568 Estado de flujo de efectivo anual escenario 1

Balance general mensual (año 1)

Al final de	Inicial enero	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Activos							
Activos circulantes							
Efectivo							
Bancos	\$23,807.54	\$32,198.06	\$37,822.78	\$47,156.68	\$53,295.96	\$60,078.46	\$66,282.07
Caja	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01
Total de efectivo	\$27,949.55	\$36,340.07	\$41,964.79	\$51,298.69	\$57,437.97	\$64,220.47	\$70,424.08
Inventarios	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74
Total activo circulante	\$30,340.29	\$38,730.81	\$44,355.53	\$53,689.43	\$59,828.71	\$66,611.21	\$72,814.82
Activos no circulantes							
Mobiliario y equipo	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83
Edificios e infraestructura	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16
Terreno	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00
Inversión intangible	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92
Depreciación acumulada	\$0.00	\$1,434.47	\$2,868.94	\$4,303.41	\$5,737.88	\$7,172.35	\$8,606.82
Total activo no circulante	\$275,830.91	\$274,396.44	\$272,961.97	\$271,527.50	\$270,093.03	\$268,658.56	\$267,224.09
Total de activos	\$306,171.20	\$313,127.25	\$317,317.50	\$325,216.93	\$329,921.74	\$335,269.77	\$340,038.91
Pasivos							
Pasivos Circulante							
Cuentas por Pagar	\$0.00						
Otros pasivos	\$0.00						
Pasivo No circulante	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Deuda a Largo Plazo	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50
Total Pasivo	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50
Patrimonio							
Capital	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70
Utilidades no distribuidas	\$0.00	\$6,956.05	\$11,146.30	\$19,045.73	\$23,750.54	\$29,098.57	\$33,867.71
Total patrimonio	\$190,808.70	\$197,764.75	\$201,955.00	\$209,854.43	\$214,559.24	\$219,907.27	\$224,676.41
Pasivos + patrimonio	\$306,171.20	\$313,127.25	\$317,317.50	\$325,216.93	\$329,921.74	\$335,269.77	\$340,038.91

Tabla 569 Balance general mensual año 1 escenario 1

Balance general mensual (año 1), continuación

Al final de	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Activos						
Activos circulantes						
Efectivo						
Bancos	\$71,971.10	\$79,461.13	\$84,678.48	\$89,531.35	\$95,499.11	\$103,568.03
Caja	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01
Total de efectivo	\$76,113.11	\$83,603.14	\$88,820.49	\$93,673.36	\$99,641.12	\$107,710.04
Inventarios	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74
Total activo circulante	\$78,503.85	\$85,993.88	\$91,211.23	\$96,064.10	\$102,031.86	\$110,100.78
Activos no circulantes						
Mobiliario y equipo	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83
Edificios e infraestructura	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16
Terreno	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00
Inversión intangible	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92
Depreciación acumulada	\$10,041.29	\$11,475.76	\$12,910.23	\$14,344.70	\$15,779.17	\$17,213.64
Total activo no circulante	\$265,789.62	\$264,355.15	\$262,920.68	\$261,486.21	\$260,051.74	\$258,617.27
Total de activos	\$344,293.47	\$350,349.03	\$354,131.91	\$357,550.31	\$362,083.60	\$368,718.05
Pasivos						
Pasivos Circulante						
Cuentas por Pagar						
Otros pasivos						
Pasivo No circulante	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Deuda a Largo Plazo	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50
Total Pasivo	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50
Patrimonio						
Capital	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70
Utilidades no distribuidas	\$38,122.27	\$44,177.83	\$47,960.71	\$51,379.11	\$55,912.40	\$62,546.85
Total patrimonio	\$228,930.97	\$234,986.53	\$238,769.41	\$242,187.81	\$246,721.10	\$253,355.55
Pasivos + patrimonio	\$344,293.47	\$350,349.03	\$354,131.91	\$357,550.31	\$362,083.60	\$368,718.05

Tabla 570 Balance general mensual año1 escenario 1

Balance general anual (5 años)

Al 31 de diciembre	Inicial año 1	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos circulantes						
Efectivo total						
Bancos	\$23,807.54	\$103,568.03	\$198,640.86	\$298,912.85	\$402,902.49	\$512,452.88
Caja	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01
Total de efectivo	\$27,949.55	\$107,710.04	\$202,782.87	\$303,054.86	\$407,044.50	\$516,594.89
Inventarios	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74
Total activo circulante	\$30,340.29	\$110,100.78	\$205,173.61	\$305,445.60	\$409,435.24	\$518,985.63
Activos no circulantes						
Mobiliario y equipo	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83
Edificios e infraestructura	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16
Terreno	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00
Inversión intangible	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92
Depreciación acumulada	\$0.00	\$17,213.64	\$36,618.06	\$56,022.48	\$75,426.90	\$94,831.32
Total activo no circulante	\$275,830.91	\$258,617.27	\$239,212.85	\$219,808.43	\$200,404.01	\$180,999.59
Total de activos	\$306,171.20	\$368,718.05	\$444,386.46	\$525,254.03	\$609,839.25	\$699,985.22
Pasivos						
Pasivos Circulante						
Cuentas por Pagar	\$0.00					
Otros pasivos	\$0.00					
Pasivo No circulante	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Deuda a Largo Plazo	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$113,669.26	\$111,867.11
Total Pasivo	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$113,669.26	\$111,867.11
Patrimonio						
Capital	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70
Utilidades no distribuidas	\$0.00	\$62,546.85	\$138,215.26	\$219,082.83	\$305,361.28	\$397,309.41
Total patrimonio	\$190,808.70	\$253,355.55	\$329,023.96	\$409,891.53	\$496,169.98	\$588,118.11
Pasivos + patrimonio	\$306,171.20	\$368,718.05	\$444,386.46	\$525,254.03	\$609,839.25	\$699,985.22

Tabla 571 Balance general anual escenario 1

25. ESTADOS FINANCIEROS ESCENARIO 2

A continuación se presenta los estados financieros para el escenario 2 comenzando por los estados de resultado por paquete para el año 1.

Estados de Resultados por Paquete: Mensual para el año 1.

Paquete 1 Año 1	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Estado de Resultado						
Detalle						
Ingresos por ventas	\$3,668.12	\$2,667.72	\$4,009.34	\$2,853.84	\$3,086.49	\$2,877.11
(-) Costos de operación	\$1,899.32	\$1,620.79	\$1,994.32	\$1,672.61	\$1,737.38	\$1,679.09
(=) Utilidad bruta	\$1,768.79	\$1,046.93	\$2,015.01	\$1,181.23	\$1,349.11	\$1,198.02
(-) Costos de administración	\$155.58	\$155.58	\$155.58	\$155.58	\$155.58	\$155.58
(-) Costos de comercialización	\$9.33	\$9.33	\$9.33	\$9.33	\$9.33	\$9.33
(-) Costos Financieros	\$123.64	\$123.64	\$123.64	\$123.64	\$123.64	\$123.64
(=) Utilidad antes de impuesto	\$1,480.24	\$758.38	\$1,726.46	\$892.68	\$1,060.55	\$909.47
(-) Impuestos	\$370.06	\$189.59	\$431.62	\$223.17	\$265.14	\$227.37
(=) Utilidad neta	\$1,110.18	\$568.78	\$1,294.85	\$669.51	\$795.42	\$682.10

Tabla 572 Estado de Resultado paquete 1 escenario 2

Paquete 1 Año 1	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Estado de Resultado						
Detalle						
Ingresos por ventas	\$2,690.99	\$3,342.41	\$2,520.38	\$2,388.54	\$2,791.80	\$3,551.79
(-) Costos de operación	\$1,627.27	\$1,808.64	\$1,579.77	\$1,543.06	\$1,655.34	\$1,866.93
(=) Utilidad bruta	\$1,063.72	\$1,533.77	\$940.61	\$845.48	\$1,136.46	\$1,684.86
(-) Costos de administración	\$155.58	\$155.58	\$155.58	\$155.58	\$155.58	\$155.58
(-) Costos de comercialización	\$9.33	\$9.33	\$9.33	\$9.33	\$9.33	\$9.33
(-) Costos Financieros	\$123.64	\$123.64	\$123.64	\$123.64	\$123.64	\$123.64
(=) Utilidad antes de impuesto	\$775.17	\$1,245.22	\$652.06	\$556.93	\$847.91	\$1,396.31
(-) Impuestos	\$193.79	\$311.30	\$163.01	\$139.23	\$211.98	\$349.08

(=) Utilidad neta	\$581.38	\$933.91	\$489.04	\$417.70	\$635.93	\$1,047.23
-------------------	----------	----------	----------	----------	----------	------------

Tabla 573 Estado de resultado paquete 1 escenario 2 continuacion

Paquete 2 Año 1	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Estado de Resultado						
Detalle						
Ingresos por ventas	\$5,931.23	\$4,313.62	\$6,482.97	\$4,614.57	\$4,990.76	\$4,652.19
(-) Costos de operación	\$2,967.22	\$2,542.63	\$3,112.04	\$2,621.63	\$2,720.37	\$2,631.50
(=) Utilidad bruta	\$2,964.01	\$1,770.99	\$3,370.93	\$1,992.95	\$2,270.39	\$2,020.69
(-) Costos de administración	\$249.91	\$249.91	\$249.91	\$249.91	\$249.91	\$249.91
(-) Costos de comercialización	\$14.99	\$14.99	\$14.99	\$14.99	\$14.99	\$14.99
(-) Costos Financieros	\$198.60	\$198.60	\$198.60	\$198.60	\$198.60	\$198.60
(=) Utilidad antes de impuesto	\$2,500.51	\$1,307.49	\$2,907.43	\$1,529.45	\$1,806.89	\$1,557.19
(-) Impuestos	\$625.13	\$326.87	\$726.86	\$382.36	\$451.72	\$389.30
(=) Utilidad neta	\$1,875.38	\$980.62	\$2,180.57	\$1,147.09	\$1,355.17	\$1,167.89

Tabla 574 Estado de resultado paquete 2 escenario 2

Paquete 2 Año 1	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Estado de Resultado						
Detalle						
Ingresos por ventas	\$4,351.24	\$5,404.57	\$4,075.37	\$3,862.20	\$4,514.26	\$5,743.14
(-) Costos de operación	\$2,552.51	\$2,828.98	\$2,480.10	\$2,424.14	\$2,595.29	\$2,917.85
(=) Utilidad bruta	\$1,798.73	\$2,575.59	\$1,595.27	\$1,438.05	\$1,918.96	\$2,825.29
(-) Costos de administración	\$249.91	\$249.91	\$249.91	\$249.91	\$249.91	\$249.91
(-) Costos de comercialización	\$14.99	\$14.99	\$14.99	\$14.99	\$14.99	\$14.99
(-) Costos Financieros	\$198.60	\$198.60	\$198.60	\$198.60	\$198.60	\$198.60
(=) Utilidad antes de impuesto	\$1,335.23	\$2,112.09	\$1,131.77	\$974.55	\$1,455.46	\$2,361.79
(-) Impuestos	\$333.81	\$528.02	\$282.94	\$243.64	\$363.87	\$590.45
(=) Utilidad neta	\$1,001.43	\$1,584.06	\$848.83	\$730.92	\$1,091.60	\$1,771.34

Tabla 575 Estado de resultado paquete 2 escenario 2 continuacion

Paquete 3 Año 1	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Estado de Resultado						
Detalle						
Ingresos por ventas	\$3,521.39	\$2,561.01	\$3,848.96	\$2,739.69	\$2,963.03	\$2,762.02
(-) Costos de operación	\$1,882.98	\$1,601.67	\$1,978.93	\$1,654.01	\$1,719.43	\$1,660.55
(=) Utilidad bruta	\$1,638.41	\$959.34	\$1,870.03	\$1,085.68	\$1,243.60	\$1,101.47
(-) Costos de administración	\$150.88	\$150.88	\$150.88	\$150.88	\$150.88	\$150.88
(-) Costos de comercialización	\$9.05	\$9.05	\$9.05	\$9.05	\$9.05	\$9.05
(-) Costos Financieros	\$119.90	\$119.90	\$119.90	\$119.90	\$119.90	\$119.90
(=) Utilidad antes de impuesto	\$1,358.58	\$679.51	\$1,590.20	\$805.85	\$963.77	\$821.64
(-) Impuestos	\$339.64	\$169.88	\$397.55	\$201.46	\$240.94	\$205.41
(=) Utilidad neta	\$1,018.93	\$509.63	\$1,192.65	\$604.39	\$722.83	\$616.23

Tabla 576 Estado de resultado paquete 3 escenario 2

Paquete 3 Año 1	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Estado de Resultado						
Detalle						
Ingresos por ventas	\$2,583.35	\$3,208.71	\$2,419.56	\$2,293.00	\$2,680.13	\$3,409.72
(-) Costos de operación	\$1,608.21	\$1,791.39	\$1,560.24	\$1,523.17	\$1,636.56	\$1,850.27
(=) Utilidad bruta	\$975.13	\$1,417.32	\$859.32	\$769.83	\$1,043.57	\$1,559.45
(-) Costos de administración	\$150.88	\$150.88	\$150.88	\$150.88	\$150.88	\$150.88
(-) Costos de comercialización	\$9.05	\$9.05	\$9.05	\$9.05	\$9.05	\$9.05
(-) Costos Financieros	\$119.90	\$119.90	\$119.90	\$119.90	\$119.90	\$119.90
(=) Utilidad antes de impuesto	\$695.30	\$1,137.48	\$579.49	\$490.00	\$763.73	\$1,279.62
(-) Impuestos	\$173.83	\$284.37	\$144.87	\$122.50	\$190.93	\$319.90
(=) Utilidad neta	\$521.48	\$853.11	\$434.62	\$367.50	\$572.80	\$959.71

Tabla 577 Estado de resultado paquete 3 escenario 2

Paquete 4 Año 1	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Estado de Resultado						
Detalle						
Ingresos por ventas	\$3,779.27	\$2,748.56	\$4,130.83	\$2,940.32	\$3,180.02	\$2,964.29

(-) Costos de operación	\$2,584.97	\$2,187.36	\$2,720.58	\$2,261.34	\$2,353.80	\$2,270.58
(=) Utilidad bruta	\$1,194.30	\$561.20	\$1,410.25	\$678.98	\$826.22	\$693.71
(-) Costos de administración	\$199.71	\$199.71	\$199.71	\$199.71	\$199.71	\$199.71
(-) Costos de comercialización	\$11.98	\$11.98	\$11.98	\$11.98	\$11.98	\$11.98
(-) Costos Financieros	\$158.71	\$158.71	\$158.71	\$158.71	\$158.71	\$158.71
(=) Utilidad antes de impuesto	\$823.91	\$190.80	\$1,039.85	\$308.59	\$455.82	\$323.31
(-) Impuestos	\$205.98	\$47.70	\$259.96	\$77.15	\$113.96	\$80.83
(=) Utilidad neta	\$617.93	\$143.10	\$779.89	\$231.44	\$341.87	\$242.48

Tabla 578 Estado de resultado paquete 4 escenario 2

Paquete 4 Año 1	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Estado de Resultado						
Detalle						
Ingresos por ventas	\$2,772.53	\$3,443.69	\$2,596.75	\$2,460.92	\$2,876.40	\$3,659.42
(-) Costos de operación	\$2,196.61	\$2,455.51	\$2,128.80	\$2,076.41	\$2,236.68	\$2,538.73
(=) Utilidad bruta	\$575.92	\$988.18	\$467.95	\$384.51	\$639.72	\$1,120.69
(-) Costos de administración	\$199.71	\$199.71	\$199.71	\$199.71	\$199.71	\$199.71
(-) Costos de comercialización	\$11.98	\$11.98	\$11.98	\$11.98	\$11.98	\$11.98
(-) Costos Financieros	\$158.71	\$158.71	\$158.71	\$158.71	\$158.71	\$158.71
(=) Utilidad antes de impuesto	\$205.52	\$617.78	\$97.55	\$14.12	\$269.33	\$750.29
(-) Impuestos	\$51.38	\$154.44	\$24.39	\$3.53	\$67.33	\$187.57
(=) Utilidad neta	\$154.14	\$463.33	\$73.16	\$10.59	\$201.99	\$562.72

Tabla 579 Estado de resultado paquete 4 escenario 2

Estados de resultado anuales por paquete (año 1 al 5)

Año 1	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4
Estado de Resultado				
Detalle				
Ingresos por ventas	\$36,448.50	\$58,936.12	\$34,990.56	\$37,553.00
(-) Costos de operación	\$20,684.52	\$32,394.26	\$20,467.42	\$28,011.38
(=) Utilidad bruta	\$15,763.98	\$26,541.86	\$14,523.14	\$9,541.62
(-) Costos de administración	\$1,866.96	\$2,998.90	\$1,810.54	\$2,396.51
(-) Costos de comercialización	\$111.99	\$179.90	\$108.61	\$143.76
(-) Costos Financieros	\$1,483.65	\$2,383.20	\$1,438.82	\$1,904.48
(=) Utilidad antes de impuesto	\$12,301.37	\$20,979.86	\$11,165.16	\$5,096.87
(-) Impuestos	\$3,075.34	\$5,244.97	\$2,791.29	\$1,274.22
(=) Utilidad neta	\$9,226.03	\$15,734.90	\$8,373.87	\$3,822.65

Tabla 580 Estados de resultados año 1 escenario 2

Año 2	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4
Estado de Resultado				
Detalle				
Ingresos por ventas	\$38,084.81	\$61,581.98	\$36,561.41	\$39,238.89
(-) Costos de operación	\$21,816.31	\$32,791.79	\$14,408.41	\$17,606.31
(=) Utilidad bruta	\$16,268.50	\$28,790.19	\$22,153.01	\$21,632.58
(-) Costos de administración	\$1,866.96	\$2,998.90	\$1,810.54	\$2,396.51
(-) Costos de comercialización	\$111.99	\$179.90	\$108.61	\$143.76
(-) Costos Financieros	\$1,483.65	\$2,383.20	\$1,438.82	\$1,904.48
(=) Utilidad antes de impuesto	\$12,805.89	\$23,228.19	\$18,795.03	\$17,187.83
(-) Impuestos	\$3,201.47	\$5,807.05	\$4,698.76	\$4,296.96
(=) Utilidad neta	\$9,604.42	\$17,421.14	\$14,096.27	\$12,890.87

Tabla 581 estado de resultado año 2 escenario 2

Año 3	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4
Estado de Resultado				
Detalle				
Ingresos por ventas	\$39,798.66	\$64,353.23	\$38,206.71	\$41,004.68
(-) Costos de operación	\$22,293.48	\$33,456.94	\$14,567.46	\$17,750.91
(=) Utilidad bruta	\$17,505.18	\$30,896.29	\$23,639.25	\$23,253.77
(-) Costos de administración	\$1,866.96	\$2,998.90	\$1,810.54	\$2,396.51
(-) Costos de comercialización	\$111.99	\$179.90	\$108.61	\$143.76
(-) Costos Financieros	\$1,483.65	\$2,383.20	\$1,438.82	\$1,904.48
(=) Utilidad antes de impuesto	\$14,042.58	\$25,334.29	\$20,281.28	\$18,809.02
(-) Impuestos	\$3,510.64	\$6,333.57	\$5,070.32	\$4,702.26
(=) Utilidad neta	\$10,531.93	\$19,000.72	\$15,210.96	\$14,106.77

Tabla 582 Estado de resultado año 3 escenario 2

Año 4	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4
Estado de Resultado				

Detalle				
Ingresos por ventas	\$41,582.31	\$67,237.34	\$39,919.02	\$42,842.38
(-) Costos de operación	\$22,790.08	\$34,149.18	\$14,733.00	\$17,901.40
(=) Utilidad bruta	\$18,792.23	\$33,088.16	\$25,186.02	\$24,940.98
(-) Costos de administración	\$1,866.96	\$2,998.90	\$1,810.54	\$2,396.51
(-) Costos de comercialización	\$111.99	\$179.90	\$108.61	\$143.76
(-) Costos Financieros	\$1,483.65	\$2,383.20	\$1,438.82	\$1,904.48
(=) Utilidad antes de impuesto	\$15,329.62	\$27,526.16	\$21,828.04	\$20,496.23
(-) Impuestos	\$3,832.40	\$6,881.54	\$5,457.01	\$5,124.06
(=) Utilidad neta	\$11,497.21	\$20,644.62	\$16,371.03	\$15,372.18

Tabla 583 Estado de resultado año 4 escenario 2

Año 5	PAQUETE 1	PAQUETE 2	PAQUETE 3	PAQUETE 4
Estado de Resultado				
Detalle				
Ingresos por ventas	\$43,451.27	\$70,259.38	\$41,713.21	\$44,767.97
(-) Costos de operación	\$23,310.44	\$34,874.52	\$14,906.45	\$18,059.08
(=) Utilidad bruta	\$20,140.82	\$35,384.86	\$26,806.76	\$26,708.89
(-) Costos de administración	\$1,866.96	\$2,998.90	\$1,810.54	\$2,396.51
(-) Costos de comercialización	\$111.99	\$179.90	\$108.61	\$143.76
(-) Costos Financieros	\$1,483.65	\$2,383.20	\$1,438.82	\$1,904.48
(=) Utilidad antes de impuesto	\$16,678.22	\$29,822.86	\$23,448.79	\$22,264.14
(-) Impuestos	\$4,169.55	\$7,455.71	\$5,862.20	\$5,566.04
(=) Utilidad neta	\$12,508.66	\$22,367.14	\$17,586.59	\$16,698.11

Tabla 584 Estado de resultado año 5 escenario 2

Estados de resultados general mensual (año 1)

Año 1	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Estado de Resultado						
Detalle						
Ingresos por ventas	\$16,900.01	\$12,290.91	\$18,472.10	\$13,148.42	\$14,220.30	\$13,255.61
(-) Costos de operación	\$9,334.49	\$7,952.46	\$9,805.88	\$8,209.58	\$8,530.98	\$8,241.72
(=) Utilidad bruta	\$7,565.52	\$4,338.46	\$8,666.22	\$4,938.84	\$5,689.32	\$5,013.89
(-) Costos de administración	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08
(-) Costos de comercialización	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36
(-) Costos Financieros	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85
(=) Utilidad antes de impuesto	\$6,163.24	\$2,936.18	\$7,263.94	\$3,536.56	\$4,287.04	\$3,611.61
(-) Impuestos	\$1,540.81	\$734.04	\$1,815.99	\$884.14	\$1,071.76	\$902.90
(=) Utilidad neta	\$4,622.43	\$2,202.13	\$5,447.96	\$2,652.42	\$3,215.28	\$2,708.71

Tabla 585 Estado de resultado general año 1 escenario 2

Año 1	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Estado de Resultado						
Detalle						
Ingresos por ventas	\$12,398.10	\$15,399.37	\$11,612.06	\$11,004.66	\$12,862.58	\$16,364.07
(-) Costos de operación	\$7,984.60	\$8,884.53	\$7,748.90	\$7,566.78	\$8,123.87	\$9,173.79
(=) Utilidad bruta	\$4,413.50	\$6,514.84	\$3,863.15	\$3,437.88	\$4,738.71	\$7,190.28
(-) Costos de administración	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08
(-) Costos de comercialización	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36
(-) Costos Financieros	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85
(=) Utilidad antes de impuesto	\$3,011.23	\$5,112.57	\$2,460.87	\$2,035.60	\$3,336.43	\$5,788.00
(-) Impuestos	\$752.81	\$1,278.14	\$615.22	\$508.90	\$834.11	\$1,447.00
(=) Utilidad neta	\$2,258.42	\$3,834.43	\$1,845.66	\$1,526.70	\$2,502.33	\$4,341.00

Tabla 586 Estado de resultado general año 1 escenario 2 continuacion

Estados de resultados generales anuales (año 1 al 5)

Estado de Resultado	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Detalle					
Ingresos por ventas	\$167,928.18	\$175,467.08	\$183,363.28	\$191,581.04	\$200,191.83
(-) Costos de operación	\$101,557.58	\$86,622.81	\$88,068.79	\$89,573.66	\$91,150.50
(=) Utilidad bruta	\$66,370.60	\$88,844.27	\$95,294.49	\$102,007.38	\$109,041.33
(-) Costos de administración	\$9,072.91	\$9,072.91	\$9,072.91	\$9,072.91	\$9,072.91
(-) Costos de comercialización	\$544.26	\$544.26	\$544.26	\$544.26	\$544.26
(-) Costos Financieros	\$7,210.16	\$7,210.16	\$7,210.16	\$7,210.16	\$7,210.16
(=) Utilidad antes de impuesto	\$49,543.27	\$72,016.94	\$78,467.16	\$85,180.06	\$92,214.00
(-) Impuestos	\$12,385.82	\$18,004.24	\$19,616.79	\$21,295.01	\$23,053.50
(=) Utilidad neta	\$37,157.45	\$54,012.71	\$58,850.37	\$63,885.04	\$69,160.50

Tabla 587 Estado de resultado general año 1 - 5 escenario 2

Estado de flujo de efectivo general mensual (año1)

Del inicio al fin de	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Estado de Flujo de Efectivo						
Efectivo total inicial	\$27,949.55	\$34,006.45	\$37,643.05	\$44,525.48	\$48,612.37	\$53,262.12
(+) Ingresos por ventas	\$16,900.01	\$12,290.91	\$18,472.10	\$13,148.42	\$14,220.30	\$13,255.61
(-) Costo de Venta	\$9,334.49	\$7,952.46	\$9,805.88	\$8,209.58	\$8,530.98	\$8,241.72
(=) Utilidad Bruta	\$7,565.52	\$4,338.46	\$8,666.22	\$4,938.84	\$5,689.32	\$5,013.89
(-) Costos de Administración	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08
(-) Costos de comercialización	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36
(-) Costos Financiero	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85
(=) Utilidad Neta	\$6,163.24	\$2,936.18	\$7,263.94	\$3,536.56	\$4,287.04	\$3,611.61
(+) Depreciación y Amortización	\$1,434.47	\$1,434.47	\$1,434.47	\$1,434.47	\$1,434.47	\$1,434.47
(-) Impuestos	\$1,540.81	\$734.04	\$1,815.99	\$884.14	\$1,071.76	\$902.90
(-) Abonos a Capital	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
(-) % de Dividendos						
Flujo de efectivo del periodo	\$6,056.90	\$3,636.60	\$6,882.43	\$4,086.89	\$4,649.75	\$4,143.18
Efectivo total final	\$34,006.45	\$37,643.05	\$44,525.48	\$48,612.37	\$53,262.12	\$57,405.30

Tabla 588 Estado de flujo de efectivo general mensual año 1

Estado de flujo de efectivo general mensual (año1), continuación

Del inicio al fin de	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Estado de Flujo de Efectivo						
Efectivo total inicial	\$57,405.30	\$61,098.19	\$66,367.08	\$69,647.21	\$72,608.38	\$76,545.17
(+) Ingresos por ventas	\$12,398.10	\$15,399.37	\$11,612.06	\$11,004.66	\$12,862.58	\$16,364.07
(-) Costo de Venta	\$7,984.60	\$8,884.53	\$7,748.90	\$7,566.78	\$8,123.87	\$9,173.79
(=) Utilidad Bruta	\$4,413.50	\$6,514.84	\$3,863.15	\$3,437.88	\$4,738.71	\$7,190.28
(-) Costos de Administración	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08	\$756.08
(-) Costos de comercialización	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36	\$45.36
(-) Costos Financiero	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85	\$600.85

(=)Utilidad Neta	\$3,011.23	\$5,112.57	\$2,460.87	\$2,035.60	\$3,336.43	\$5,788.00
(+) Depreciación y Amortización	\$1,434.47	\$1,434.47	\$1,434.47	\$1,434.47	\$1,434.47	\$1,434.47
(-) Impuestos	\$752.81	\$1,278.14	\$615.22	\$508.90	\$834.11	\$1,447.00
(-) Abonos a Capital	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
(-) % de Dividendos						
Flujo de efectivo del periodo	\$3,692.89	\$5,268.90	\$3,280.13	\$2,961.17	\$3,936.80	\$5,775.47
Efectivo total final	\$61,098.19	\$66,367.08	\$69,647.21	\$72,608.38	\$76,545.17	\$82,320.64

Tabla 589 Estado de efectivo general mensual año continuación

Estados de flujo de efectivo anuales (5 años)

Del inicio al fin de	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Estado de Flujo de Efectivo					
Efectivo total inicial	\$27,949.55	\$82,320.64	\$155,737.77	\$233,992.56	\$315,588.79
(+) Ingresos por ventas	\$167,928.18	\$175,467.08	\$183,363.28	\$191,581.04	\$200,191.83
(-) Costo de Venta	\$101,557.58	\$86,622.81	\$88,068.79	\$89,573.66	\$91,150.50
(=) Utilidad Bruta	\$66,370.60	\$88,844.27	\$95,294.49	\$102,007.38	\$109,041.33
(-) Costos de Administración	\$9,072.91	\$9,072.91	\$9,072.91	\$9,072.91	\$9,072.91
(-) Costos de comercialización	\$544.26	\$544.26	\$544.26	\$544.26	\$544.26
(-) Costos Financiero	\$7,210.16	\$7,210.16	\$7,210.16	\$7,210.16	\$7,210.16
(=)Utilidad Neta	\$49,543.27	\$72,016.94	\$78,467.16	\$85,180.06	\$92,214.00
(+) Depreciación y Amortización	\$17,213.64	\$19,404.42	\$19,404.42	\$19,404.42	\$19,404.42
(-) Impuestos	\$12,385.82	\$18,004.24	\$19,616.79	\$21,295.01	\$23,053.50
(-) Abonos a Capital	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$1,693.24	\$1,802.15
(-) % de Dividendos					
Flujo de efectivo del periodo	\$54,371.09	\$73,417.13	\$78,254.79	\$81,596.22	\$86,762.77
Efectivo total final	\$82,320.64	\$155,737.77	\$233,992.56	\$315,588.79	\$402,351.56

Tabla 590 Estado de flujo de efectivo anual

Balance general mensual (año 1)

Al final de	Inicial enero	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio
Activos							
Activos circulantes							
Efectivo							
Bancos	\$23,807.54	\$29,864.44	\$33,501.04	\$40,383.47	\$44,470.36	\$49,120.11	\$53,263.29
Caja	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01
Total de efectivo	\$27,949.55	\$34,006.45	\$37,643.05	\$44,525.48	\$48,612.37	\$53,262.12	\$57,405.30
Inventarios	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74
Total activo circulante	\$30,340.29	\$36,397.19	\$40,033.79	\$46,916.22	\$51,003.11	\$55,652.86	\$59,796.04
Activos no circulantes							
Mobiliario y equipo	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83
Edificios e infraestructura	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16
Terreno	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00
Inversión intangible	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92
Depreciación acumulada	\$0.00	\$1,434.47	\$2,868.94	\$4,303.41	\$5,737.88	\$7,172.35	\$8,606.82
Total activo no circulante	\$275,830.91	\$274,396.44	\$272,961.97	\$271,527.50	\$270,093.03	\$268,658.56	\$267,224.09
Total de activos	\$306,171.20	\$310,793.63	\$312,995.76	\$318,443.72	\$321,096.14	\$324,311.42	\$327,020.13
Pasivos							
Pasivos Circulante							
Cuentas por Pagar	\$0.00						
Otros pasivos	\$0.00						
Pasivo No circulante	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Deuda a Largo Plazo	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50
Total Pasivo	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50
Patrimonio							
Capital	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70
Utilidades no distribuidas	\$0.00	\$4,622.43	\$6,824.56	\$12,272.52	\$14,924.94	\$18,140.22	\$20,848.93
Total patrimonio	\$190,808.70	\$195,431.13	\$197,633.26	\$203,081.22	\$205,733.64	\$208,948.92	\$211,657.63
Pasivos + patrimonio	\$306,171.20	\$310,793.63	\$312,995.76	\$318,443.72	\$321,096.14	\$324,311.42	\$327,020.13

Tabla 591 Balance general mensual año1

Balance general mensual (año 1), continuación.

Al final de	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Activos						
Activos circulantes						
Efectivo						
Bancos	\$56,956.18	\$62,225.07	\$65,505.20	\$68,466.37	\$72,403.16	\$78,178.63
Caja	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01
Total de efectivo	\$61,098.19	\$66,367.08	\$69,647.21	\$72,608.38	\$76,545.17	\$82,320.64
Inventarios	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74
Total activo circulante	\$63,488.93	\$68,757.82	\$72,037.95	\$74,999.12	\$78,935.91	\$84,711.38
Activos no circulantes						
Mobiliario y equipo	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83
Edificios e infraestructura	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16
Terreno	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00
Inversión intangible	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92
Depreciación acumulada	\$10,041.29	\$11,475.76	\$12,910.23	\$14,344.70	\$15,779.17	\$17,213.64
Total activo no circulante	\$265,789.62	\$264,355.15	\$262,920.68	\$261,486.21	\$260,051.74	\$258,617.27
Total de activos	\$329,278.55	\$333,112.97	\$334,958.63	\$336,485.33	\$338,987.65	\$343,328.65
Pasivos						
Pasivos Circulante						
Cuentas por Pagar						
Otros pasivos						
Pasivo No circulante	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Deuda a Largo Plazo	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50
Total Pasivo	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50
Patrimonio						
Capital	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70

Utilidades distribuidas	no	\$23,107.35	\$26,941.77	\$28,787.43	\$30,314.13	\$32,816.45	\$37,157.45
Total patrimonio		\$213,916.05	\$217,750.47	\$219,596.13	\$221,122.83	\$223,625.15	\$227,966.15
Pasivos patrimonio	+	\$329,278.55	\$333,112.97	\$334,958.63	\$336,485.33	\$338,987.65	\$343,328.65

Tabla 592 Balance general mensual año 1 continuación

Balance general anual (5 años)

Al 31 de diciembre		Inicial año 1	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos							
Activos circulantes							
Efectivo total							
Bancos		\$23,807.54	\$78,178.63	\$151,595.76	\$229,850.55	\$311,446.78	\$398,209.55
Caja		\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01	\$4,142.01
Total de efectivo		\$27,949.55	\$82,320.64	\$155,737.77	\$233,992.56	\$315,588.79	\$402,351.56
Inventarios		\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74	\$2,390.74
Total activo circulante		\$30,340.29	\$84,711.38	\$158,128.51	\$236,383.30	\$317,979.53	\$404,742.30
Activos no circulantes							
Mobiliario y equipo		\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83	\$69,022.83
Edificios e infraestructura		\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16	\$87,832.16
Terreno		\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00	\$80,000.00
Inversión intangible		\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92	\$38,975.92
Depreciación acumulada		\$0.00	\$17,213.64	\$36,618.06	\$56,022.48	\$75,426.90	\$94,831.32
Total activo no circulante		\$275,830.91	\$258,617.27	\$239,212.85	\$219,808.43	\$200,404.01	\$180,999.59
Total de activos		\$306,171.20	\$343,328.65	\$397,341.36	\$456,191.73	\$518,383.54	\$585,741.89
Pasivos							
Pasivos Circulante							
Cuentas por Pagar		\$0.00					

Otros pasivos	\$0.00					
Pasivo No circulante	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
Deuda a Largo Plazo	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$113,669.26	\$111,867.11
Total Pasivo	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$115,362.50	\$113,669.26	\$111,867.11
Patrimonio						
Capital	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70	\$190,808.70
Utilidades no distribuidas	\$0.00	\$37,157.45	\$91,170.16	\$150,020.53	\$213,905.57	\$283,066.08
Total patrimonio	\$190,808.70	\$227,966.15	\$281,978.86	\$340,829.23	\$404,714.27	\$473,874.78
Pasivos + patrimonio	\$306,171.20	\$343,328.65	\$397,341.36	\$456,191.73	\$518,383.54	\$585,741.89

Tabla 593 Balance general anual 5 años

26. PROCEDIMIENTO PARA SOLICITUD DE PERMISO AL AMBIENTAL PARA ZONAS PROTEGIDAS

Para iniciar o ejecutar las actividades, obras o proyectos definidos en la Ley de Medio Ambiente, toda persona o empresa, requiere un Permiso Ambiental (PA). Según la Ley de Medio Ambiente, en su Art. 5 se define como:

“Acto administrativo por medio del cual el Ministerio de acuerdo con esta Ley y su Reglamento, a solicitud del titular de una actividad, obra o proyecto, autoriza a que estas se realicen, sujetas al cumplimiento de las condiciones que este acto establezca”.

La evaluación ambiental según el MARN, es un medio para⁷⁶:

Evitar y reducir los impactos negativos al medio ambiente y a la sociedad, que las actividades, obras o proyectos pueden causar como:

- Contaminación aire, suelo y agua.
- Deforestación.
- Pérdida de la biodiversidad.
- Deterioro y pérdida de ecosistemas y paisajes.
- Alteración del clima.

Controlar la calidad de las actividades, obras o proyectos.

Prevenir y reducir los riesgos que las actividades, obras o proyectos pueden causar , como:

- Riesgos a desastres por causa natural o humana.
- Pérdida del patrimonio.
- Enfermedades
- Pérdida de la vida

Igualmente se emiten dos tipos de Permiso Ambiental⁷⁷:

- a) Permiso ambiental de ubicación y construcción: que se otorga por el tiempo que dure la construcción de la obra física.
- b) Permiso ambiental de funcionamiento: se emite una vez terminada la obra física o instalaciones de tratamiento y atenuación de impactos ambientales, por el tiempo de su vida útil.

⁷⁶ www.marn.gob.sv/permiso-ambiental/

⁷⁷ www.marn.gob.sv/permiso-ambiental/

PASOS PARA SOLICITAR EL PERMISO AMBIENTAL⁷⁸

Dado que el Permiso Ambiental es un elemento medular en el proceso de evaluación ambiental, a continuación se detalla el procedimiento para su obtención. Se debe tener en cuenta que el titular deberá cumplir las normativas ambientales y trabajar de forma coordinada con el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales.

ETAPA	EL TITULAR DEBE:	EL MARN SE ENCARGA DE:
A	1. Preparar y presentar el Formulario Ambiental (FA)	<ul style="list-style-type: none"> Revisarlo y si está completo, da inicio al proceso de Evaluación Ambiental. Luego, realizar la inspección al sitio de la actividad, obra o proyecto y emitir observaciones si se requiere.
	2. Subsanan observaciones	<ul style="list-style-type: none"> Categorizar de acuerdo al tamaño y naturaleza del impacto potencial que ésta -actividad, obra o proyecto- tenga sobre el medio ambiente. La categorización puede determinar si se está ante un impacto leve o moderado-alto; si es leve, termina el proceso. Emite Resolución de Autorización
	3. Recibir Resolución	<ul style="list-style-type: none"> Si es moderado o Alto, se le emiten los Términos de Referencia (TdR) para realizar el Estudio de Impacto Ambiental (EsIA) y continua en la etapa B.
B	1. Preparar y elaborar el Estudio de Impacto Ambiental (EsIA)	<ul style="list-style-type: none"> Revisar y recibir el EsIA. Preparar el documento para enviar a las alcaldías. Entregar requerimiento para publicación en prensa.
	2. Publicación en prensa sobre la Consulta Pública	<ul style="list-style-type: none"> Poner a disposición de la ciudadanía, por 10 días los documentos del EsIA para la Consulta Pública en alcaldía y además emite observaciones al EsIA.
	3. Respuesta a observaciones	<ul style="list-style-type: none"> Evalúa la respuesta a las observaciones y determina si se requiere Audiencia Pública en el sitio. Posteriormente realiza el dictamen técnico que puede ser favorable o no favorable. Si es favorable, se hace el requerimiento de Fianza de Cumplimiento.
	4. Presentación de Fianza de Cumplimiento Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> Emite la Resolución de Permiso Ambiental
	5. Recibe Resolución de Permiso Ambiental	

Tabla 594 Pasos para solicitar permiso ambiental

⁷⁸ www.marn.gob.sv/pasos-a-seguir-para-el-permiso-ambiental-4/

FORMULARIO AMBIENTAL

Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales

**Dirección General de Evaluación y Cumplimiento
Ambiental**

**Formulario Ambiental: Áreas frágiles protegidas,
zonas de amortiguamiento y humedales**

I. DEL TITULAR. PERSONA JURIDICA

Nombre del Titular, según como se establece en la Escritura Pública de Constitución de la
Persona _____ Jurídica: _____

Y que se podrá abreviar _____

(*) Nombre del Representante Legal, según Credencial de Junta Directiva Vigente o
Acuerdo de Nombramiento: _____

(*) N° Documento Único de Identidad (D.U.I.) del Representante Legal: _____

(*) Nombre del Apoderado de la Persona Jurídica según Poder (de ser procedente) _____

(*) N° de N.I.T. de la Persona Jurídica: _____

Domicilio principal de la Persona Jurídica: Calle/Avenida: _____

_____ N° _____

Colonia _____ Municipio _____

Departamento _____

(*) Debe anexar copia de la documentación legal.

II. DEL TITULAR. PERSONA NATURAL

Nombre del Titular: _____

(**) N° Documento Único de Identidad (D.U.I.) _____

(*) N° de N.I.T. de la Persona Natural: _____

(*) Nombre del apoderado de la Persona Natural, según Poder (De ser procedente) _____

Domicilio principal de la Persona Natural:
Calle/Avenida _____ N° _____
Colonia _____ Municipio _____ Departamento _____

(**) Debe anexar copia de la documentación legal.

III. PARA COMUNICACIONES Y/O NOTIFICACIONES, PROPORCIONAR LA SIGUIENTE INFORMACIÓN:

Teléfono fijo No.: _____ Teléfono móvil No.: _____
Fax No.: _____ Correo electrónico: _____

IV. DECLARACION JURADA

Yo _____ en calidad de titular del proyecto, DECLARO BAJO JURAMENTO la veracidad de la información detallada en el presente y la documentación anexa, cumpliendo con los requisitos de ley exigidos; asimismo, me comprometo a informar al MARN, si cambiare los datos de los medios señalados para recibir comunicaciones y/o notificaciones, de todo lo anterior asumo la responsabilidad que establece el Código Penal para el delito de perjurio y falso testimonio.

Lugar y fecha

Nombre del titular y/o Representante Legal _____

Firma del titular y/o Representante Legal _____

V. IDENTIFICACIÓN, UBICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD, OBRA O PROYECTO

1. Nombre del Proyecto:

2. Localización y ubicación física. Deberá anexar, mapa, plano y/o croquis, indicando linderos y colindantes.

Calle/Avenida: _____ Colonia/Cantón: _____

Municipio: _____ Departamento: _____

Código Catastral del Predio: _____ No. Reg. Catastral: _____

3. Área: Total del terreno: _____ m² Ocupada por el proyecto: _____ m²

4. Forma parte de un: (Sólo aplica para el Sector Público)

Plan Programa Proyecto aislado

Nombre del Plan/Programa: _____

Realizó Evaluación Ambiental Estratégica: Sí No

5. Ámbito de acción: Urbano Rural Costero - Marino

6. Naturaleza: Nuevo Ampliación Rehabilitación Otro: _____

7. Tenencia del inmueble: Propiedad Con opción de compra Arrendamiento c/ promesa de venta Arrendamiento: plazo del contrato _____ años

8. Fase del proyecto: Pre factibilidad Factibilidad Diseño Final

9. Tipo de proyecto: Desarrollo de investigación de ecosistemas Caza y pesca

Turismo de baja densidad Ecoturismo Manejo de bosque Zoo criaderos Vigilancia ambiental Educación ambiental Otro: _____

VI. DE LAS CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DE LA ACTIVIDAD, OBRA O PROYECTO

1. El proyecto se desarrollará en etapas: SI NO

En caso afirmativo: N° de Etapas _____, Tiempo estimado de ejecución _____

2. Distribución del área de la actividad, obra o proyecto:

Área de máxima protección: _____ m²

El área techada de instalaciones: _____ m²

Área mínima de circulación

(senderos): _____ m²

Área equipamiento:

_____ m2

3. Descripción del tipo y la naturaleza de las acciones típicas en las etapas de construcción y funcionamiento de la actividad, obra o proyecto.

3.1 Describa de forma concisa las acciones a ejecutar, en el área definida para instalaciones techadas.

3.2 Describa de forma concisa las acciones a ejecutar, en las áreas definidas para la circulación _____

3.3 Describa de forma concisa las acciones a ejecutar, en el área definida como de máxima protección

3.4 Describa de forma concisa las acciones a ejecutar, en el área definida para recreativas de bajo impacto.

4. Uso de suelo: Actual: _____ Potencial: _____

5. Acceso al proyecto: Distancia en kilómetros desde la carretera más cercana.

[] Requiere apertura de camino: [] Permanente [] Temporal: _____ Km.

[] Por camino de tierra: _____ Km [] Por carretera asfaltada: _____ Km.

[] Por agua: _____ Km [] Otros. Especifique: _____ Km.

6. Servicios a ser requeridos durante la ejecucion del proyecto:

- [] Alumbrado público (m. lineales) _____ [] Recolección desechos sólidos (kg/día) _____ [] Alcantarillado pluvial (m. lineales) _____
 [] Alcantarillado Sanitario (m. lineales) _____ [] Otros. Especifique: _____
 [] Abastecimiento de Agua en m3 seg. _____

Recurso humano. Detallar el número de personas que prevé serán requeridas o visitarán el área en las etapas.

Mano de Obra y/o Visitantes	Construcción		Funcionamiento	
	Permanente	Temporal	Permanente	Temporal

VII. DESCRIPCIÓN DEL ÁREA:

Definir las características ambientales básicas del área a ser ocupada por el proyecto.

1. Descripción del relieve y pendiente del terreno (Puede marcar más de uno):

- [] Plana a Ondulada [] Ondulada a Quebrada [] Muy Quebrada

2. Tipos de suelo

Clase de Suelos Predominantes: _____

3. La cobertura vegetal predominante en la zona: [] Pasto [] Matorral [] Cultivo [] Arbustos [] Bosque Ralo [] Bosque Denso [] Manglares

Indique las especies vegetales y animales predominantes en el área de la actividad, obra o proyecto: _____

4. En el área del proyecto se encuentran: [] Ríos [] Lagos [] Mar/Estero

- [] Manantial [] Areas Protegidas [] Lugares turísticos [] Sitios valor cultural

Nombre de las que han sido marcadas: _____

5. Existe historial de desastres naturales en el área de la actividad. Obra o proyecto:

Aspectos de los medios físico, biológico y socioeconómico y cultural que podrían ser afectados por la ejecución de la actividad, obra o proyecto.

Marque con una X, los recursos a ser afectados en cada una de las etapas.

Etapas	Recursos					Cuantificación
	Suelos	Agua	Vegetación	Fauna	Aire	En Km, m2 , No.
Delimitación de áreas / determinación de capacidad de carga de ecosistemas						
Construcción: Instalaciones, temporales y permanentes						
Funcionamiento						
Cierre						

VIII. IDENTIFICACIÓN DE LOS POSIBLES IMPACTOS GENERADOS POR LA ACTIVIDAD, OBRA O PROYECTO.

Indique los impactos causados por la ejecución de las diferentes actividades de cada etapa.

Impactos	Descripción y características	Cantidad (m3/semana)	Sitios de disposición final/ Medio receptor
Suelos			
Aguas			
Vegetación			
Fauna			
Aire			
Medio socioeconómico			

IX. POSIBLES ACCIDENTES, RIESGOS Y CONTINGENCIAS.

Indicar los posibles accidentes, riesgos y contingencias que pueden ocasionar en las diferentes etapas del proyecto.

X. MARCO LEGAL APLICABLE (A nivel Nacional, Sectorial y Municipal)

En caso de existir en el marco legal (Nacional, Sectorial y Municipal), una norma que prohíba expresamente la ejecución de la actividad, obra o proyecto en el área propuesta, la tramitación realizada ante éste Ministerio quedará sin efecto

La presente no tiene validez sin nombres y firmas; y sello si es persona jurídico.

El Formulario Ambiental debe ser llenado con la información en forma completa y en donde la información solicitada no aplica a la actividad, obra o proyecto, favor indicar con la abreviación "n/a".